

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA**



**TESIS DOCTORAL**



**Los sueños según el tío Walt: un estudio psicosocial y  
lingüístico de los deseos cantados en los largometrajes  
animados clásicos de Disney desde la perspectiva de género**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

**Rachel Kluger**

DIRECTORA

**María Concepción Fernández Villanueva**

**Madrid, 2018**



UNIVERSIDAD  
**COMPLUTENSE**  
MADRID

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA  
Instituto de Investigaciones Feministas

**LOS SUEÑOS SEGÚN EL TÍO WALT: UN  
ESTUDIO PSICOSOCIAL Y LINGÜÍSTICO DE LOS  
DESEOS CANTADOS EN LOS LARGOMETRAJES  
ANIMADOS “CLÁSICOS” DE DISNEY  
DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO**

Memoria presentada para optar al grado de Doctor por

Rachel Kluger

Bajo la dirección de la Doctora

María Concepción Fernández Villanueva  
Universidad Complutense de Madrid

Madrid, octubre de 2017

## **DEDICATED**

To Dad, always the first to see the silver lining.

## **AGRADECIMIENTOS**

Mi más sincero agradecimiento para mi directora, Concha,  
por ser una roca, estable y de confianza, en la que me he podido apoyar.

Para Emi, cuya paciencia y ayuda  
han sido claves para sacar adelante este proyecto.  
To Mom and Leah, for your encouragement and support.  
And to Esther, for realizing at a very early age, that  
dragons are totally cooler than princesses.

## Tabla de contenido

1	Resumen en castellano e inglés .....	7
1.1	Resumen en castellano .....	7
1.2	Abstract .....	9
2	Introducción .....	12
3	Marco teórico: Antecedentes y Estado de la cuestión.....	14
3.1	Los pensamientos psicosociales asociados a la identidad de género .....	14
3.1.1	El sexo como producto puramente biológico .....	16
3.1.2	Teoría explicativa .....	17
3.1.3	“Nueva” heurística de los años 90 .....	21
3.2	Contexto histórico de la sociedad española .....	39
3.2.1	La II República y la guerra civil española (1931-1939).....	39
3.2.2	España bajo Franco.....	47
3.2.3	La transición y la democracia (1975-1996).....	58
3.2.4	La consolidación democrática en una sociedad globalizada (1997-presente) .....	69
3.3	Disney y nuestro análisis .....	74
3.3.1	El imperio Disney y su historia en el mundo según la crítica .....	74
3.3.2	El enfoque de la orientación sexual .....	80
3.3.3	El enfoque pedagógico y económico .....	87
3.3.4	El enfoque literario-histórico .....	90
3.3.5	Enfoque del físico y de la naturaleza.....	91
3.3.6	El enfoque del cambio social .....	93
3.3.7	El enfoque de la cara pública/privada de Walt Disney .....	95
3.4	Estado de la cuestión: bibliografía actual .....	100
3.4.1	Enfoque: el lenguaje y la traducción de las películas de animación.....	101
3.4.2	Enfoque: los efectos de los medios sobre los consumidores .....	105
3.4.3	Enfoque: los medios, los avances tecnológicos, la socialización y la identidad de género	113
3.4.4	Enfoque: los roles y estereotipos de género .....	114
3.4.5	Enfoque: la evolución de las Princesas Disney .....	122
3.4.6	Otros enfoques y trabajos .....	124
4	Metodología .....	129
4.1	Teoría semiótica-simbólica y metodológica .....	129
4.1.1	La semiótica y los símbolos – la perspectiva filosófica de la comunicación .....	129



4.1.2	Enfoques lingüísticos desde las ciencias sociales .....	134
4.1.3	Análisis específicos .....	146
4.1.4	Los medios de comunicación y sus efectos psicosociales .....	174
4.1.5	El sexo y el habla, el sexismo y el lenguaje .....	186
4.1.6	Últimas reflexiones sobre los aspectos teóricos metodológicos, y preparación técnica del análisis .....	192
4.2	Esquema .....	202
4.3	Criterios de selección de la muestra de películas y de la muestra de canciones .....	205
4.4	Preparación y análisis de los datos .....	209
4.5	Razonamiento para la división de periodos cronológicos .....	210
4.6	Los sueños y la escala de valores de Schwartz .....	210
4.7	Los estilos de comunicación de Norton y los generoslectos de Tannen (1990).....	213
4.8	Creación de una escala de actividad/pasividad visual .....	216
4.9	Clasificación propia para el análisis de actividad-pasividad actitudinal en el lenguaje, según los tipos de verbos .....	218
4.10	Proceso de codificación .....	222
4.10.1	Codificación a nivel de palabra (dentro de una canción) .....	222
4.10.2	Codificación a nivel de canción .....	228
4.10.3	Otros códigos.....	229
4.10.4	Organización de los datos, los análisis y los resultados .....	232
5	Análisis por épocas.....	233
5.1	Análisis del periodo: Hasta 1945 .....	233
5.1.1	Canciones incluidas en el periodo.....	233
5.1.2	Principales evidencias encontradas .....	235
5.1.3	Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos .....	236
5.1.4	Análisis de los deseos según la escala de valores .....	240
5.1.5	Análisis del estilo de comunicación.....	242
5.1.6	Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico.....	245
5.2	Análisis del periodo: 1946-1960.....	248
5.2.1	Canciones incluidas en el periodo.....	248
5.2.2	Principales evidencias encontradas .....	251
5.2.3	Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos .....	252
5.2.4	Análisis de los deseos según la escala de valores .....	257
5.2.5	Análisis del estilo de comunicación.....	259
5.2.6	Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico.....	262
5.3	Análisis del periodo: 1961-1975.....	265
5.3.1	Canciones incluidas en el periodo.....	265
5.3.2	Principales evidencias encontradas .....	268

5.3.3	Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos .....	270
5.3.4	Análisis de los deseos según la escala de valores .....	275
5.3.5	Análisis del estilo de comunicación.....	277
5.3.6	Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico.....	280
5.4	Análisis del periodo: 1976-1990.....	283
5.4.1	Canciones incluidas en el periodo.....	283
5.4.2	Principales evidencias encontradas .....	287
5.4.3	Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos .....	288
5.4.4	Análisis de los deseos según la escala de valores .....	294
5.4.5	Análisis del estilo de comunicación.....	296
5.4.6	Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico.....	300
5.5	Análisis del periodo: 1991-2005.....	303
5.5.1	Canciones incluidas en el periodo.....	303
5.5.2	Principales evidencias encontradas .....	311
5.5.3	Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos .....	313
5.5.4	Análisis de los deseos según la escala de valores .....	319
5.5.5	Análisis del estilo de comunicación.....	322
5.5.6	Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico.....	325
5.6	Análisis del periodo: 2006-Actualidad .....	329
5.6.1	Canciones incluidas en el periodo.....	329
5.6.2	Principales evidencias encontradas .....	332
5.6.3	Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos .....	334
5.6.4	Análisis de los deseos según la escala de valores .....	340
5.6.5	Análisis del estilo de comunicación.....	344
5.6.6	Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico.....	348
6	Análisis entre épocas .....	352
6.1	Listado de deseos expresados en las canciones.....	352
6.2	Resultados medios en tipos de verbos, nivel de actividad/pasividad visual, escala de valores y estilo de comunicación en todas las épocas .....	355
6.2.1	Tipos de verbo actividad/pasividad analizados .....	356
6.2.2	“Nivel de Actividad/Pasividad Visual” medio en los Grupos Analizados .....	357
6.2.3	“Escala de Valores” media en los Grupos Analizados .....	358
6.2.4	Estilos de Comunicación medios en los Grupos Analizados.....	359
6.3	Evolución de actividad/pasividad según los tipos de verbos.....	360
6.3.1	Evolución temporal Femenino/Masculino actividad/pasividad verbal (1ª Persona) 360	
6.4	Evolución de los deseos según la escala de valores .....	377
6.4.1	Evolución de los deseos según la escala de valores por género .....	377

6.5	Evolución del estilo de comunicación .....	396
6.6	Protagonismo por género en las canciones .....	402
6.7	Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico.....	403
6.7.1	Los deseos y los valores .....	404
6.7.2	La actividad/pasividad en el lenguaje verbal y no verbal.....	405
6.7.3	Los niveles de actividad visual .....	406
6.7.4	Los estilos de comunicación .....	406
7	Conclusiones .....	407
8	Bibliografía .....	420
9	Anexos .....	453
9.1	Anexo 1. Índice de cuadros, gráficos y figuras de elaboración propia.....	453
9.2	Anexo 2. Listado de códigos aplicados en Atlas.ti .....	460
10	Anexos en formato electrónico – CD adjunto – por tamaño excesivo .....	467
	Anexo 1. Glosario de verbos analizados.....	467
	Anexo 2. Listado de todas las canciones y datos relevantes .....	467
	Anexo 3. Fichas individuales de todas las (sub) canciones.....	467

## 1 Resumen en castellano e inglés

### 1.1 Resumen en castellano

El trabajo de tesis doctoral “Los sueños según el Tío Walt: Un estudio psicosocial y lingüístico de los deseos cantados en los largometrajes animados “Clásicos” de Disney, desde la perspectiva de género” pretende suponer una aproximación novedosa a un producto mediático que ya recibe mucha atención a nivel global. Sólo en la última década, se han realizado innumerables investigaciones sobre el tema del género en el mundo de Disney. En este caso, se trata de indagar más profundamente en los mensajes transmitidos sobre los sueños de los personajes, y en las formas que utilizan para expresarlos.

Como punto de partida, se pregunta de qué manera influyen dichos mensajes de estos largometrajes en la identidad de género de su joven público, y para poder responder a esta pregunta, ya se establece la necesidad de crear un marco teórico que engloba, tanto el estudio del desarrollo de identidad de género, como el estudio del marco histórico de género del público español, como los distintos enfoques y métodos para estudiar los medios de comunicación y el producto mediático en cuestión. Se ha adoptado un enfoque psicosocial que insiste en el estado variable de la identidad de género a lo largo de la vida, observado los cambios sociales, políticos y económicos en España desde la época de la guerra civil, apropiado el análisis de contenido con perspectiva del análisis del discurso, e indagado en la historia de un verdadero imperio mediático. Y por supuesto, se ha estudiado el corpus de trabajos relevantes realizados por otros investigadores de alrededor del mundo. Con esta información asimilada, se ha planificado el método a emplear, con el fin de discernir tanto “el qué” como “el cómo” de los mensajes soñadores transmitidos por Disney en las canciones de sus “Clásicos”.

“El qué” hace referencia a los sueños que expresan los personajes mediante el canto, más los valores que éstos representan. Para este fin, se ha buscado una forma de identificar las canciones en donde los personajes cantan sobre sus propios deseos: tras transcribir todas las canciones de todos los “Clásicos” de Disney (490 canciones en total), y utilizando el programa Atlas.ti, se ha establecido una serie de palabras clave para realizar esa identificación. Una vez identificadas las canciones objeto de estudio (139 canciones), se han dividido en subcanciones cuando más de un personaje ha cantado, dando lugar a 241 canciones así individuales, y para cada una de ellas, se ha notado el deseo que el personaje ha expresado, sea explícita- o implícitamente. Para poder homogeneizar y

comparar mejor la muestra, se ha definido una lista de 40 deseos más genéricos que engloban todos los identificados. Con los sueños identificados, se ha aplicado la Escala de Valores de Schwartz, y de esta manera, se ha llegado a “el qué”.

“El cómo” hace referencia a las maneras en las que los personajes expresan sus deseos en este contexto, y esto se basa en el lenguaje verbal, no verbal (visual) y paraverbal. Para el lenguaje verbal, empleando el mismo programa de Atlas.ti, se ha creado una clasificación propia de los verbos, ordenados por tipo y nivel de actividad/pasividad (por falta de categorías existentes mucho más allá de Semin y Fiedler), y se ha procedido a clasificar todos los verbos utilizados en las 241 (sub) canciones de la muestra, también por persona, tiempo y modo. Para el lenguaje visual/corporal, también se ha creado una clasificación propia para una escala de actividad/pasividad de movimientos. Por último, para el lenguaje paraverbal, se ha empleado los estilos de comunicación propuestos por Norton.

Habiendo identificado y clasificado “el qué” y “el cómo” de estos mensajes, se ha podido realizar comprobaciones y comparaciones, tanto entre los géneros masculino y femenino, como entre épocas históricas, y se ha llegado a conclusiones hasta cierto punto sorprendentes. Se ha partido desde la hipótesis de que los mensajes sobre los sueños – por género – transmitidos por estas canciones han evolucionado a la par que los deseos y vivencias de su joven público español a lo largo de los años y, por tanto, han supuesto un apoyo a la socialización recibida, además, suponiendo una serie de cambios sociales de género muy notables en su entorno.

Efectivamente, se ha apreciado algunos patrones y tendencias semejantes durante ciertas épocas históricas – aunque con cierto desfase durante los últimos años del régimen franquista y los primeros años de la transición – a veces tratándose de los sueños y valores, otras veces del lenguaje, y en las últimas épocas, han surgido similitudes notables. Sin embargo, no se ha podido hacer una comparación efectiva entre estos mensajes y el entorno social – en cada época – por carecer de fuentes homogéneas de información social-histórica a lo largo de los años. Sí, se ha podido comprobar que las mejoras en la situación de género en España no ha sido tantas, ni tan profundas, como se especulaba, y que la evolución de dicha situación en estas canciones objeto de estudio tampoco ha sido tan significativa. Es decir, la hipótesis se ha demostrado parcialmente correcta para algunas épocas estudiadas, pero por las razones equivocadas. Los cambios sociales de

género en España siguen siendo mucho más superficiales de lo que se esperaba, a pesar de las intenciones legales, y los cambios observados en las canciones, también.

Considerando a este producto mediático como una fuente significativa de socialización de su público, y que sigue transmitiendo mensajes muchas veces estereotipados o sexistas sobre los objetivos de sus personajes, estos resultados justifican la insistencia en enseñar a los niños a visionar los medios de comunicación con ojo mucho más crítico, y desde una edad temprana.

## 1.2 Abstract

The doctoral dissertation, “Dreams According to Uncle Walt: A Psychosocial and Linguistic Study of the Dreams Sung about in the Disney Animated Feature-Length “Classics”, from the Gender Perspective,” intends to present a new approach to a media product that is already receiving a great deal of attention on a global scale. Just in the last decade, countless research has been carried out about gender in the world of Disney. In this case, the objective is to delve deeper into the messages transmitted about the characters’ dreams, and the ways in which they express them.

As a starting point, we posed the question of how said messages in these films might influence the gender identity of their young audience, and, in order to answer this question, the need arose to create a theoretical framework encompassing the study of gender identity development, the historical gender framework of the Spanish audience, and the different approaches and methods for studying the media and this particular media product. We have adopted a psychosocial approach, insisting on the variable nature of gender identity throughout life, while bearing in mind the social, political and economic changes occurring in Spain since the Spanish Civil War, as well as the history of this media giant; and we have chosen content analysis (with a discourse analysis point of view) as a research guide. Of course, we have considered the vast corpus of relevant research carried out by other researchers around the world. Assimilating this information has enabled us to design a method to use, for the purpose of discerning both the “what” and the “how” of the wish messages transmitted by Disney in the songs of its “Classics”.

The “what” refers to the dreams that the characters express in song, plus the values that they represent. To this end, we have sought a means of identifying the songs in which the characters sing about their own desires: after transcribing all the songs in the Disney

“Classics” (490 songs in total), and using the Atlas.ti program, we have established a series of key words to carry out this identification. After identifying the target songs (139 songs in total), we have divided them into smaller sections, when more than one character has sung in them, yielding 241 such individual (sub) songs, and for each of them, we have noted the wish expressed – whether explicitly or implicitly – by the character. In order to standardize and better compare the sample, we have defined a list of 40 more generic wishes, encompassing all those identified. With the dreams identified, we have applied the Schwartz Theory of Basic Human Values, thus determining the “what”.

The “how” refers to the ways in which the characters express their wishes in this context, and this is based on verbal, non-verbal (visual) and paraverbal language. For the verbal aspect, using the same Atlas.ti program, we have created a new classification for the verbs (due to a lack of existing categories beyond those of Semin and Fiedler), ordered by type and level of activity/passivity, and we have applied this classification to all the verbs used in the 241 (sub) songs in the sample, accounting for person, tense and mode, as well. For the visual/body language, we have created another new classification, also based on a scale of activity/passivity in movement. Lastly, for the paraverbal language, we have applied the communication styles proposed by Norton to each of the characters in each of the given songs.

Having identified and classified the “what” and the “how” of these messages, it has been possible to carry out checks and comparisons, both between the male and female genders, and amongst historical periods, and we have drawn frankly surprising conclusions. This began with the hypothesis that the messages about these dreams – by gender – transmitted by these songs, have evolved in line with the dreams and life experiences of their young Spanish audience throughout the years, and therefore, have supported the socialization received, moreover, assuming a series of very significant changes in their environment with regard to gender.

We have observed patterns and trends for some historical periods – though with a certain lag during the last years of Franco’s regime and the beginning of the Transition – sometimes referring to dreams and values, and other times regarding language, and in fact, in recent years, significant similarities have arisen. However, we could not perform an effective comparison between these messages and the social environment – in each period – due to a lack of standardized sources of historical-social information throughout

the years. Regardless, it has been possible to verify that the improvements in the gender situation in Spain have been, neither as many nor as profound as speculated, and that the evolution of said situation in these target songs has not been that significant, either. In other words, the hypothesis has been proven partially correct for some of the periods studied, but for the wrong reasons. The social changes regarding gender in Spain remain much more superficial than expected, despite legal intentions, and the changes observed in the songs, likewise.

Considering this media product to be a significant source of socialization for its public, and that it continues to transmit messages that are often stereotyped or sexist, regarding the dreams of its characters, these results justify the insistence of teaching children to view the media with a much more critical eye, and from a very young age.



## 2 Introducción

Un día, cuando cursaba las asignaturas del doctorado, me encontré tarareando una canción: “Río abajo”, del largometraje animado “Clásico” de Disney, *Pocahontas*. Siempre me ha gustado la canción, porque el personaje activa y abiertamente va en busca de ideas para su futuro aún sin escribir. Una cosa lleva a otra, y acabé pensando también en las canciones de *Blancanieves y los siete enanitos*, y en la diferencia abismal entre las aspiraciones de las dos protagonistas y su forma de expresarlas. Ambas películas se dirigen a un público infantil, pero pasaron casi 55 años entre el estreno del primero y el del segundo. Pensé que sería interesante investigar la producción de una empresa que lleva 80 años transmitiendo mensajes sobre los sueños a un público infantil. Qué mejor sitio para ver los deseos que el imperio cuyo fundador supuestamente dijo “Todos nuestros sueños pueden hacerse realidad si tenemos el coraje de perseguirlos”. (Citado en Lacoste, 2016) Además, las películas animadas de Disney están repletas de *I want songs* (canciones “yo quiero”), donde los protagonistas cantan sobre su descontento con su vida actual y, lo que es más importante, sobre lo que desearían en cambio. (Brown, 2007)

Actualmente, se estudia ampliamente la influencia de los medios de comunicación, en particular, en el caso de las nuevas tecnologías, que se han anclado profundamente en el día a día de nuestra sociedad. Sin embargo, cuando se estrenó *Blancanieves y los siete enanitos* en España en octubre de 1941, sólo se podía verla en las salas de cine. Al principio, el único refuerzo de las películas, aparte de los libros, podía ser la música. De hecho, los “Clásicos” de Disney se han identificado casi siempre por sus canciones, y cantantes famosos se han ido apuntando a cantarlas en versiones que empezaron a aparecer en los años 90 en los créditos de las mismas películas, en la radio, en los CDs. Desde ese primer estreno hasta la proyección de *Vaiana*, el “Clásico” más actual, han pasado 76 años y, el mundo ha cambiado drásticamente, pero la música de estos productos no ha perdido importancia. Tras la época del gramófono, la radio y el teléfono, pasando por los inventos de la televisión, las casetes y los walkmans, el VHS/beta, luego los CDs/DVDs/Blu-ray, el mp3/4... y, claro está, Internet, el público ha ido haciéndose con cada vez mayor acceso a los medios de comunicación en general y, a las películas y la música de Disney en particular.

Teniendo en cuenta esta revolución tecnológica, el objetivo de este estudio ha sido el de estudiar este producto y, la evolución del mismo, dentro del contexto social e histórico del joven público español. Se ha elegido como muestra todos los largometrajes animados

denominados “Clásicos” de los Walt Disney Animation Studios y, dentro de ellos, las canciones donde los personajes expresan sus propios deseos o sueños. Se ha realizado un estudio psicosocial y lingüístico de dichas canciones, por una parte, examinando “el qué”: los sueños, y los valores que éstos representan. Se ha usado la escala de valores de Schwartz para ver los valores expresados en cada caso, además de enumerar y comparar los sueños en sí. Por otra parte, se ha examinado “el cómo”: la misma forma de expresarse de los personajes cantantes, utilizando la clasificación de Norton de los estilos de comunicación, más una clasificación propia de los verbos usados para estudiar el nivel de acción (actividad/pasividad) verbal, en comparación con el nivel de acción visual. Todo esto se ha podido comparar entre sí, además considerando numerosas variables, sobre todo el género. La muestra se ha dividido en 6 periodos cronológicos, teniendo en cuenta el contexto social e histórico, observando cómo ha cambiado con el paso del tiempo, tanto de cara a los sueños y valores, como respecto a las formas de expresarlos.

Se ha recopilado una cantidad ingente de datos, pero al aplicar los criterios creados para este fin, se ha podido reducirlos a un volumen más manejable: de las 490 canciones iniciales, se ha quedado con 139 canciones, cantadas por 241 personajes (el número de personajes es mayor porque hay canciones en donde participan varios personajes y, cada uno es tratado por separado, considerando varias variables demográficas). Dentro de éstas, se ha analizado casi 15.000 *quotations*, o citas.

El propósito de este estudio ha sido el de probar la hipótesis inicial de que los sueños expresados – más la forma de expresarlos – en las canciones de estas películas han ido cambiando con el tiempo, a la par que han ido cambiando los sueños de su joven audiencia en España, todo según la variable de género. Ha sido necesario realizar algunos ajustes, a medida que hemos avanzado en el estudio. El más significativo ha sido tener que prescindir del aspecto comparativo histórico, debido a la ausencia de fuentes homogéneas y suficientes de información para poder hacer una comparativa entre los sueños y valores transmitidos por los “Clásicos” de Disney y los predominantes en España en cada época. Sólo ese aspecto supondría una tesis doctoral en sí. Entonces, se ha incorporado información sobre temas de género, en cada época, pero como marco histórico sin más. El estudio ha dado que la hipótesis sólo ha sido parcialmente acertada. Las páginas siguientes explicarán en qué medida.

### 3 Marco teórico: Antecedentes y Estado de la cuestión

#### 3.1 Los pensamientos psicosociales asociados a la identidad de género

Teniendo en cuenta el programa de doctorado para el cual se redacta esta tesis, “Estudios feministas y de género”, y la perspectiva psicosocial desde la que partimos, nos parece importante realizar un resumen corto de los antecedentes relacionados con el género desde dicha perspectiva, y presentar las heurísticas en las que nos basamos. Resulta especialmente relevante, porque en nuestro estudio, nos impulsa la pregunta de cómo puede verse afectado el joven público – y su propia identidad de género – por los mensajes soñadores de las canciones de los “Clásicos” de Disney.

Recordamos el papel del feminismo en la psicología y la psicología social, y es que, tanto a nivel de investigadora como a nivel de investigada, la historia de la psicología se ha caracterizado por el androcentrismo y el machismo, hasta tal punto que la aportación de las distintas olas y tipos feminismo ha supuesto un objeto de estudio en sí. Se llama la atención del papel emancipatorio del feminismo a grandes rasgos, y de las psicologías feministas, en particular, para combatir “las experiencias de opresión y dominación” que llevan sufriendo las mujeres, que “no sólo son prácticas sociales o acciones que excluyen o tratan con injusticia a las mujeres [sino que] también incluyen la utilización de estereotipos, rasgos psicológicos negativos e inadecuados y proyección de inferioridad psicológica para realizar multitud de tareas asignadas a los varones”. (Cabruja y Fernández-Villanueva, 2011, p. 83) Las actitudes de esta naturaleza alejan a las mujeres al ambiente público y a todo tipo de actividad profesional y social donde los varones son admitidos sin ser cuestionados por su sexo. También pueden suponer sesgos graves de cara a la investigación científica que trate con sujetos de ambos sexos. Las psicologías feministas – aunque de muy distintas maneras entre sí – intentan no sólo romper con esta tradición, sino también destacar cómo el sexismo latente de la ciencia llega a legitimarse. (Cabruja y Fernández-Villanueva, 2011)

Estas autoras recorren las distintas perspectivas feministas desde finales del siglo XIX hasta la actualidad, incluyendo las críticas, las posmodernas y las radicales. Citan la psicología feminista empirista, dedicada a una ciencia no sexista, a diferencia de la psicología *mainstream*, y hacen referencia al rechazo al reconocimiento de los orígenes políticos de la psicología feminista, y es que la palabra “feminista” en sí genera rechazo. Incluso la “psicología de las mujeres” se convierte en la “psicología de género”, porque

el segundo término resulta menos amenazante, quitándose las connotaciones políticas. (Cabruja & Fernández-Villanueva, 2011). Y concluyen que:

“Los estudios críticos feministas en psicología deben extenderse aún más a la representación en los medios, la violencia de género, la experiencia de la sexualidad y de la maternidad y la administración de justicia. Lo que promueve la perspectiva feminista en psicología es una mirada a la realidad en la que se renombre la experiencia y no se deje de explicar y aclarar nada de lo que las mujeres en su diversidad consideran suyo, lo que incluyen en sus relatos de verdad”. (Cabruja y Fernández-Villanueva, 2011, p. 94)

Nuestro estudio supone una mirada femenina a una obra mediática producida por varones, y a las representaciones que éstos hacen de sus personajes, por sexo/género. Aquí no distinguimos entre los términos “sexo” y “género”, porque por lo general, la productora ofrece personajes que son, ó varones ó mujeres (no hay ni androginia ni intersexualidad, por ejemplo). Lo que sí nos interesa, entonces, son esas representaciones, para poder ver en qué se diferencian y en qué se asemejan dichos personajes, por sexo/género.

Conviene destacar que nos apoyamos en la hipótesis de similitud de género de Hyde (2005). Efectivamente resultan fascinantes los resultados de los metaanálisis de su trabajo – respecto a aspectos como las variables cognitivas, la comunicación verbal o no verbal, las variables sociales o de personalidad, las relacionadas con el bienestar psicológico, los comportamientos físicos, por ejemplo, - pero quizás lo que más nos llevamos de ella en este caso sea la importancia que destaca del contexto en crear, borrar o hasta invertir las diferencias psicológicas por género. Concluye que las diferencias por género varían, cambiando según la edad de los sujetos, y según variables contextuales y sociales, lo cual contrasta con el modelo de la diferencia (que insiste que estas diferencias son grandes y estables). (Hyde, 2005) Esto nos interesa porque también implica cambios psicológicos en las personas a lo largo de la vida, lo cual incluye su identidad de género.

Una obra que ha influido en el enfoque de este estudio, al menos referente al desarrollo de la identidad de sexo y de género del individuo, y que por lo tanto merece una explicación quizás más detallada y detenida que las otras obras citadas sobre este elemento del trabajo procede de esta misma Universidad. Juan Fernández, del Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Universidad Complutense de Madrid, en su día coordinó la realización y compilación de numerosos trabajos, resultando en cuatro libros publicados sobre el tema de sexo/género en el desarrollo del

ser humano, y en los cuales se expone una heurística que resultó bastante novedosa respecto a otras teorías sobre la evaluación psicosocial del sexo y del género. Resumiendo las ideas principales sostenidas por los movimientos más importantes de los estudiosos del sexo/género del ser humano, este grupo de profesores de múltiples especialidades insiste que las identidades de sexo y género experimentan cambios durante todo el ciclo vital, que el sexo no es puramente biológico ni el género puramente social, y que los ámbitos de las ciencias autónomas de sexología y generología sí tienen cierto solapamiento y son esenciales a la hora de intervenir en cuestiones sexuales y de género.

### 3.1.1 El sexo como producto puramente biológico

Aunque las influencias sociales en el comportamiento y la identidad social y de género del niño/niña no se evidencian hasta aproximadamente los dos años de edad – según estos autores – la sexuación del individuo empieza no con el nacimiento, sino con la concepción. En la Biología del Desarrollo se estudia el desarrollo morfogénico del embrión, y es a través de esta ciencia que se conoce que es en el momento de fertilización cuando en los mamíferos se establece el sexo gonadal del individuo a través de los cromosomas sexuales. En este momento se inician las secuencias de desarrollo gonadal y genital, además del desarrollo sexual cerebral. Sin duda, lo más importante de reconocer es el hecho de que no todos los casos salen “blanco o negro”; es decir que, teniendo en cuenta todos los factores que contribuyen al desarrollo del feto, hay mucha posibilidad de variaciones, alteraciones, hermafroditismo o pseudohermafroditismo, “androgenia”, etc. Se trata de cromosomas, enzimas, hormonas, autonomía celular... y de los complicados mecanismos que regulan su existencia e interacción. La ausencia o exceso de una célula u hormona (como las células de Leydig o de Sertoli) o una mutación cromosómica puede causar variaciones fisiológicas que no encajan en el esquema tradicional macho/hembra, también sacando a la luz cuestiones de sexo/género. (Vaticón & Tresguerres, 1996)

Se ha realizado experimentos con animales en los cuales, por manipular los esteroides sexuales, o por exponer a la hembra encinta a niveles altos de estrés, se obtiene distintas formas de pseudohermafroditismo en dichos sujetos, además de comportamientos que no corresponden al sexo aparente. Demuestran formas en las que los estímulos externos pre- o posnatales pueden producir cambios notables en el comportamiento “natural” sexual del sujeto. Si especies animales (no humanas) se ven así influidas por el medio social prepuberal, no podemos descartar la posibilidad de semejante influencia en los seres humanos, aunque lógicamente hemos de ser cautos a la hora de comparar distintas

especies. Insisten estos autores que estas influencias surgen de la interacción de factores biológicos y sociales, y que dichos factores no obran por sí solos. Los factores sociales también pueden influir en los cambios prenatales, y los factores biológicos no dejan de ejercer su influencia tras el nacimiento. Las personas intersexuales suponen una minoría ya más visible, del mismo tamaño que las personas pelirrojas, y no pueden ser obviadas.

Concluyen los autores que factores biológicos y culturales influyen en el comportamiento humano: la duda reside en si separarlos a la hora de estudiar dicho comportamiento. El auge de los casos de personas que se califican de “transgénero” se puede considerar una apertura social y científica hacia aquellas posibilidades que no caben dentro del dimorfismo tradicionalmente asignado al ser humano.

### 3.1.2 Teoría explicativa

La incorporación del término “género” en el vocabulario académico desde los años 70 ha caracterizado los “nuevos marcos explicativos” del desarrollo sexual-social del ser humano. Hundiendo sus raíces a menudo en alguno de los enfoques “clásicos”, estos marcos han creado una falla enorme entre el sexo y el género, caracterizando el primero como únicamente biológico y el segundo como únicamente social. Fernández compara brevemente los enfoques clásicos – psicoanalítico, conductista y cognitivo – y a través de esta comparación quedan más claras las teorías más importantes e influyentes previas a las nuevas teorías:

“Análisis comparativo de los tres enfoques clásicos

Enfoque	Nivel descriptivo	Nivel explicativo		Metodología
	Objetivo	Mecanismos	Fuente	Técnicas
Psicoanalítico	Desarrollo de identidad sexual.	Identificación sexual a posteriori.	La libido.	Tratamiento psicoanalítico de pacientes.
Conductista	Desarrollo de la conducta tipificada sexualmente.	Identificación conductual a posteriori.	El ambiente.	Método experimental.
Cognitivo	Desarrollo cognitivo de la identidad de género.	Identificación cognitiva a priori.	La maduración cognitiva.	Clínico.”

(Fernández, 1996, p. 116)

Comenta que cada enfoque produce resultados específicos sobre el factor designado, pero incompletos desde un punto de vista científico más actual. Existen diferencias

importantes e incompatibles entre objetivos y fuentes de explicación. En el psicoanálisis, existe el sesgo androcéntrico que se basa en el hecho de tomar al varón como el punto de partida, siendo la niña el “otro”. El análisis psicoanalítico considera que el niño debe suprimir sus deseos sexuales (libido) hacia su madre por miedo al padre vengativo; esto produce la identificación con él, y al final la identificación sexual. En el caso de la niña, el proceso es parecido, aunque influido por la “envidia del pene”. El conductismo supone que el niño o la niña imitará al progenitor del mismo sexo, ya que se supone que es quién impone los refuerzos positivos o negativos respecto a la conducta que se espera del niño o de la niña. La identificación que el niño establece con su padre (y la niña con su madre) es un paso necesario hacia su propia identificación. Este punto de vista considera que la adquisición de identidad sexual se debe a factores puramente sociales. En el cognitivismo, Kohlberg propone la maduración cognitiva como condición absoluta de la evolución de cualquier tipo. Es decir, el niño o la niña debe asumir su pertenencia a su grupo correspondiente para luego identificarse con el progenitor de su mismo sexo.

De aquí salen los movimientos teóricos que se colocan ordenadamente por décadas. El propósito de los nuevos marcos bastante generales de los años 70 parece ser el de superar las injustas divisiones sexuales impuestas por la sociedad. Se establecen etapas – de mayor o menor número – de confusión, aceptación y adquisición de roles sexuales. Se trata de la consideración del género como separado del sexo, aunque el término “género” sigue sin definición universal aceptada, así que se encuentra cierta dificultad a la hora de comparar algunos nuevos marcos.

Durante los años 80, algunos autores hablan de los esquemas que son las unidades básicas del procesamiento de la información, y que funcionan en la organización de esa información en el cerebro humano. Éstos hablan de los estereotipos sexuales establecidos por la sociedad e incorporados por las personas en el proceso de identificación con su grupo del mismo sexo. Bem aparece dentro del mismo paradigma, con una idea novedosa. En vez de utilizar la única escala tradicional para medir masculinidad/feminidad, ella propone una escala doble, que mide por separado las características masculinas y femeninas, sin tener en cuenta el sexo fisiológico de la persona. Destaca las implicaciones del modelo dual, referente al género:

“la independencia de las escalas posibilita que varones y mujeres puedan ser clasificados según una cuádruple tipología: andróginos, masculinos, femeninos e

indiferenciados. Los andróginos serían aquellas personas (no importa su dimorfismo sexual) que puntúan por encima de la mediana tanto en la escala de masculinidad como en la de feminidad; los masculinos aquellos sujetos que puntúan por encima de la mediana en la escala de masculinidad y por debajo en la de feminidad; los femeninos los que lo hacen a la inversa; y los indiferenciados los que puntúan por debajo en ambas escalas. La aparición del referido artículo revolucionó el mundo de la investigación en esta área, hasta tal punto que la propia denominación del cuestionario de Bem (Bem Sex Role Inventory - BSRI -) se introdujo tal cual, en el Thesaurus de términos psicológicos, al igual que ocurrió con el vocablo de androginia”. (Citada en Fernández, 1996, p. 121)

Las publicaciones de Bem iniciaron una verdadera avalancha de estudios y teorías respecto a nuevas concepciones de sexo/género, aunque los modelos propuestos bajo este enfoque ya han visto su declive. Es a través de los esquemas que el individuo procesa los posibles comportamientos, la realidad y su concepción de sí mismo. Las personas muy “esquemáticas” encontrarán cobijo en su género, viéndose reforzadas positivamente por emplear conductas socialmente consideradas correctas según su sexo, mientras que las personas menos “esquemáticas” (andróginas o indiferenciadas) encontrarán que no encajan del todo en el esquema que les tendría que corresponder por su sexo, según la sociedad. Se puede observar cómo – siguiendo esta teoría – los niños y las niñas aprenden a procesar información con el “esquema de género en desarrollo”, lo cual da lugar a la tipificación por sexo o género. Cuando llegan a aplicar esa tipificación, incluyéndose dentro de un esquema u otro, tienen en dónde basar sus elecciones respecto a la adopción de conductas y actitudes. Siguiendo el esquema establecido para su sexo, adoptarán el comportamiento que la sociedad considera correcto para su sexo, y se produce un círculo de “profecía autocumplida”, ya que la sociedad reforzará el comportamiento del individuo que conforme a lo que se espera según su sexo. (Fernández, 1996)

Otro planteamiento muy importante de la misma época es la de Spence y sus colaboradores, que comenzaron con la elaboración de un cuestionario parecido al BSRI, llamado el *Personal Attributes Questionnaire* (PAQ), también empleando dos escalas independientes de medición. Destaca su interés en buscar relaciones entre los cuatro tipos (los mismos: masculino, femenino, andrógino e indiferenciado) y otras variables, como autoestima, motivación de logro, etc. Sobre todo, llama la atención el trabajo de Spence et.al. con la relación entre identidad de género y concepto de masculinidad/feminidad. Se queja de que, en la psicología, se limita a repetir o enfatizar lo que la sociedad dicta como conceptos de masculinidad y feminidad. Respecto a la identidad de género, ella la



considera basada en el dimorfismo sexual, y fuertemente establecida ya desde los primeros años de vida. Es con la creciente conciencia de identidad de género que se desarrolla los conceptos de masculinidad y feminidad, normalmente enfatizando la bipolaridad tradicional del dimorfismo sexual aparente.

En la actualidad, el fenómeno transgénero, que ha llegado a distintos niveles de aceptación en países diferentes, refleja el punto hasta el cual la sociedad se ha abierto a los casos de individuos que no logran sentirse identificados con su sexo/género asignado. Hace ya casi una década de la publicación del “Report of the Task Force on Gender Identity and Gender Variance” de la Asociación Psicológica Americana (APA) (2009), que propone mucha más formación para médicos, docentes, empleadores... hacia un trato más positivo, y todo tipo de apoyo psicológico y médico para aquellas personas que sufren de la disforia de género, como situación de malestar tan significativo que se considera un problema clínico, mientras antiguamente se clasificaba como trastorno de identidad sexual y patología psiquiátrica. La psicóloga del desarrollo Olson (2017) en el *TransYouth Project*, por ejemplo, estudia las personas que se dan cuenta desde su infancia de que se identifican con el género opuesto (mientras la gran mayoría de los estudios sobre las personas transgénero se realizan sobre personas que “cambian” de género ya de mayores de edad), no como aberraciones, sino sencillamente como personas que nacen distintas, y cuyo desarrollo infantil y juvenil – respecto a la identidad de género – puede enseñarnos más sobre el desarrollo de la psicología humana en general.

De hecho, Butler critica dicha “disforia de género” que, desgraciadamente implica que cualquiera que no encaje exactamente en el binomio tradicional de género sufre de un patológico problema de salud (insistiendo que no tendría que verse así, sino que sencillamente se trata de variantes en una escala de grises). Más triste todavía es que muchas personas deben basarse en esta consideración a la hora de buscar ayuda económica para un tratamiento o cambio de sexo, o un cambio legal. (Butler, 2004) La misma autora habla de la posibilidad de separar el término “género” de la masculinidad y la feminidad, para protegerle de estos conceptos, que ya de por sí sostienen el binario tradicional normativa. Cita la propuesta de una mayor pluralidad de géneros, y aunque parezca utópica, un ejemplo se observa en Alemania, donde desde el año 2013, aparte de las categorías de varón y mujer, existe la posibilidad de dejar la categoría de sexo en blanco para los recién nacidos intersexos en la partida de nacimiento, aunque ésta no ofrece una tercera opción explícita.

De todas formas, y aunque tenemos la esperanza de que nuestra sociedad se vuelva más abierta a las distintas formas humanas, para los fines de este estudio, seguiremos empleando el binomio tradicional, porque es lo que se observa en nuestro objeto de estudio y lo que más presentan los antecedentes relacionados a la identidad de género.

### 3.1.3 “Nueva” heurística de los años 90

Fernandez et al concluyen que, en estos enfoques, era insuficiente el tratamiento de los múltiples factores externos que influyen en el desarrollo del individuo y de su identidad, factores por lo tanto imprescindibles en la realización de un análisis completo y exhaustivo de dicho desarrollo. Llamam la atención a la inconstancia de terminología, y a la tendencia a equiparar “sexo” y “género”. Proponen una heurística que evita estos errores. También se encontrará en este modelo la asunción de la interacción constante de lo biológico y lo psicosocial: consideran que factores de ambos nos afectan durante todo el ciclo vital. Además de esta bidireccionalidad, incorporan la “circularidad explicativa” – que no todo va de arriba abajo (de padres a hijos) sino también de abajo a arriba – por la cual explican cómo los hijos y las hijas también condicionan las reacciones o respuestas de sus padres. Esta heurística nace en lo que consideran la madurez de la psicología respecto al tema en cuestión, y resulta relevante, ya que incorpora aportaciones de todos los ámbitos socio-psico-antropo-biológicos tan íntimamente relacionados. Presentan la siguiente tabla simplificada:

“Hitos del desarrollo y tareas de investigación

Hitos del desarrollo	Tareas de investigación	Edad
Asignación de sexo y género.	Comportamientos condicionados por tales asignaciones.	0-2
Discriminación en función del sexo y del género.	Discriminación de ambas realidades. Categorización propia de los demás en ambos dominios.	2-3
Identidad sexual e identificación de género.	Identificación, preferencia y adopción sexuales y de género.	3-7
Constancia sexual y flexibilidad de género.	Afianzamiento de la constancia sexual. Rigidez vs. flexibilidad de género.	7-11
Redefinición sexual y de género.	Ajuste reflexivo a los cambios corporales y a los papeles de género.	11-20

Realización de los papeles sexuales y de género.	Satisfacción/insatisfacción en las relaciones sexuales y en las relaciones familiares y sociales de género.	20-50
Reajuste sexual y de género.	Asimilación de los cambios corporales, familiares y sociales.	50-”

(Fernández et al., 1996, p. 126)

El primer momento significativo de este modelo tiene lugar en el momento de nacer, y aparentemente en los dos primeros años de vida; se observa que los adultos actúan con los niños “en función del dimorfismo sexual aparente del bebé (el sexo como variable estímulo), a la par que los niños tratan de obtener el consiguiente placer y refuerzo, al acomodarse diferencialmente a las distintas expectativas que los adultos tienen para cada sexo (dominio del género)”. (Fernández, 1996, p. 126-127) Antes de que el niño o la niña haya pronunciado una sola palabra, se le asigna el género que corresponde a su sexo aparente, y comienza a interactuar con agentes que le reforzarán positiva o negativamente su comportamiento según las normas sociales aplicadas a ese sexo. Adolfo Sánchez analiza las formas en las que se aplica un trato diferencial a los niños según el dimorfismo sexual aparente, como este trato cambia a lo largo de la infancia, los fines sociales de dicho trato, y lógicamente el resultado.

Citando teorías como las de Deaux y Major, cuestiona las expectativas de comportamiento que se generan, en función del sexo del bebé. Destacan estudios que demuestran las reacciones variadas de distintos sujetos, de distintas edades, ante la manipulación del sexo aparente del bebé. En cuanto a la relación entre padres e hijos, recuerda los estereotipos de género que se imponen, ya que “la socialización dirigida a los varones pretende fomentar la reducción de la expresión de afecto, y el incremento de la agresividad, la autonomía y la independencia, mientras que los comportamientos dirigidos a las niñas fomentan su rol expresivo y social, así como su dependencia”. (Sánchez, 1996, p. 135) El trato de niño y niña es diferente; es más, madres y padres ejercen un control más estricto sobre los niños varones, lo cual durará durante toda la infancia, y resultará en parte en la menor flexibilidad de género – para sí mismos y para otras personas – en los adolescentes varones que en las adolescentes. Concluye que la intensidad de la aprobación o rechazo de comportamientos aceptados/no aceptados cambia según la edad del niño o la niña.

Según algunos estudios, los padres varones imponen más obligaciones de comportamiento de acuerdo con los estereotipos de género socialmente esperados de los niños/niñas. Luego, los niños/niñas siguen patrones evolutivos desiguales, ya que las niñas demuestran antes que los niños, actos de segregación y el uso de estrategias sociales, aunque cuando llegan a la fase de identidad sexual, la evolución se ve paralela. (Sánchez, 1996) Algunos estudios sobre el comportamiento de los niños/niñas encuentran que

“los niños/niñas desarrollan unos estilos de interacción diferentes, mostrándose los primeros más bruscos, competitivos y empleando mayor contacto físico; mientras que las niñas, al tener como objetivo la cooperación y la armonía social, utilizan más la verbalización y las estrategias indirectas para resolver los conflictos. Estas diferencias colocan a los niños en una situación privilegiada a la hora de conseguir mayor control en las situaciones interpersonales que el grupo de niñas”. (Sánchez, 1996, p. 150)

Resume que el sexo de los niños/niñas influye en el comportamiento de los que les rodean y que interactúan con ellos, aunque el efecto no parece tener la intensidad ni el efecto generalizado que se creía. Este efecto es mucho más fuerte en los niños/niñas más jóvenes, reduciéndose a medida que crecen. La familia es el primer contexto de socialización, en donde cada niño/niña aprende los primeros comportamientos que le son asignados socialmente según su sexo. Se ejerce mayor presión sobre los varones, tanto en el contexto familiar como en el escolar, por parte de sus padres y madres, y de sus compañeros de la misma edad. (Sánchez, 1996) Considerando la importancia del sexo como variable estímulo sobre los agentes sociales que nos rodean, resulta relevante indagar en el desarrollo de sexo y género en los seres humanos durante todo el ciclo vital.

#### 3.1.3.1 0-2 años: *Asignación de género*

Nada más nacer – o ya antes – a un bebé se le identifica el sexo, una acción que pone en movimiento todo un proceso de asignación de roles y estereotipos de género. Sánchez (1996) se plantea la siguiente pregunta: ¿los niños/niñas demuestran comportamientos efectivamente distintos durante los primeros dos años de vida? Lo que pretende averiguar son dos cosas: a) si el trato diferencial que exhiben los padres hacia sus hijos/hijas se basa en comportamientos diferenciados reales de estos hijos, o únicamente en el dimorfismo sexual aparente, y b) si el comportamiento diferenciado entre varones y mujeres se debe a causas biológicas, que se manifestarían sólo hasta aproximadamente los dos años (esta primera fase siendo la única en la cual se podría ver la naturaleza de sujeto antes de verse influido por agentes sociales), o a causas educativas y culturales. Utilizando los resultados

de estudios sobre la actividad de niños y niñas de 0-2 años, se observa que son más las semejanzas que las diferencias; la idea de que el niño es más activo que la niña sólo se cumple en contextos muy específicos: cuando no se restringe el nivel de actividad, hay bajo nivel de estrés y se hace delante de compañeros del mismo sexo.

Influye el hecho de que los juguetes “masculinos” animan a más actividad en niños y niñas. Es de esperar que, si los niños son quienes más usan los juguetes masculinos, éstos serán los que más activos se mostrarán en el futuro. Considerando que no son los niños – sino los padres/madres – quienes eligen sus primeros juguetes, y que los progenitores les suelen dar juguetes socialmente acordes con el sexo del niño o la niña, aquí se trata de un caso en el que no se puede considerar natural el comportamiento de niños/niñas, ya que se ven muy fuertemente influidos por fuerzas sociales y culturales desde el principio.

En cuanto la pregunta de Sánchez sobre si los adultos reaccionan a comportamientos diferenciados de niños o niñas, o si actúan únicamente según el dimorfismo sexual aparente, todo parece indicar lo último. Esto le serviría para anular la idea tradicional de las diferencias natas entre los niños/niñas por sexo, si se supone que, durante los primeros dos años de vida, los niños se ven inundados de información de agentes sociales, y que cuando empiezan a hablar, ya se han aprendido formas de conducta cultural- y socialmente impuestas. El hecho de carecer de la capacidad de expresarse verbalmente con claridad durante estos años supone una dificultad añadida a la hora de estudiar su naturaleza psicosocial, y supone una razón significativa por la que son tan limitados los estudios realizados sobre niños tan jóvenes.

Respecto a las manifestaciones de roles de género a esta edad, al final los niños/niñas comienzan a mostrar preferencias por juguetes que corresponden a su género asignado, lo cual considera Sánchez una manifestación de comportamiento aprendido a través de la mímica y el refuerzo positivo/negativo de conductas consideradas (in)apropiadas para su sexo. Y hacia los dos años, comienza el proceso de discriminación.

### 3.1.3.2 2-3 años: *Discriminación de género*

Las capacidades cognitivas empiezan a desarrollarse, y con éstas la reflexividad, y el niño/niña un poco más mayor (de dos a tres años) empieza a emplear la discriminación... de sí mismo, de los adultos, y de otros niños. Adquirida esta capacidad, a continuación, se aprende a categorizar, pudiendo un niño/niña de 26 meses diferenciar entre lo

masculino y lo femenino en lo más familiar, como pueden ser las características físicas o las ocupaciones adultas. A los tres años, ya puede agrupar a las personas más o menos por género, de acuerdo con dicha categorización. Es importante comentar que, a esta edad, esta agrupación aún se basa en los comportamientos estereotipados de las personas, y no en su sexo biológico/fisiológico. Comenta la importancia que tiene este momento en el desarrollo cognitivo de los niños/niñas, que puede suponer la concreción del esquema de género en el que se basarán sus percepciones y creencias futuras respecto al género. (Sánchez, 1996) También tiene importancia este momento porque, aunque los “Clásicos” de Disney a menudo se recomiendan para un público de a partir de 3-7 años de edad, y que, hasta esa edad, pocos niños y niñas tienen la capacidad de atención como para quedarse quietos durante todo un largometraje, hay padres/madres que ya les enseñan estas cintas/DVDs a sus hijos/hijas a edades menores.

#### 3.1.3.3 3-7 años: *Identificación de género*

Con esta edad, los niños aprenden a identificar a las personas por sexo – varón o mujer – y comienzan a autoidentificarse conforme con lo que dicta la sociedad como correcto para su sexo. Cuenta Sánchez (1996) que, durante esta época, suceden dos procesos muy importantes: un aumento de conocimientos sobre los estereotipos de género y un aumento de preferencias correspondientes a lo más aceptado socialmente para el sexo del mismo. Estos procesos son especialmente importantes en la realización de la identidad del individuo. Durante esta época, los niños/niñas todavía no son conscientes de las diferencias entre sexo y género, o sea, entre el sexo fisiológico del individuo y el comportamiento (no) estereotipado que demuestra. A esta edad, la percepción del sexo/género se basa en el comportamiento del individuo, y es habitual considerar que el sexo se puede cambiar al alterar el comportamiento. Los niños aún no comprenden el sexo como un hecho permanente, sino dependiente de distintos aspectos de su conducta.

Hacia los cinco años, los niños/niñas pueden categorizar perfectamente una serie de estereotipos masculino/femeninos: desde las actividades y juguetes, los colores, los guiones... hasta las ocupaciones adultas, aunque hasta esta edad todavía no conciben las connotaciones de género sobre la personalidad de los individuos, un concepto demasiado abstracto para ellos. Cita dos elementos que motivan el desarrollo de la identidad personal del niño: el autoconocimiento y la autovaloración. El primero se refiere al deseo de exhibir los rasgos estereotipados que garanticen para el niño cierta estabilidad y pertenencia a su grupo asignado de género. Ha de confirmar su identidad para sí mismo.

Esto se observa también en la selección de ambientes: los niños de esta edad tienden a elegir estar con otros niños y jugar con juguetes “masculinos”; las niñas suelen elegir estar con otras niñas, jugando con juguetes “femeninos”. Este comportamiento refleja también la autovaloración, un deseo de recibir refuerzos positivos personales por sus acciones. Así se motivan los niños/niñas de esta edad a identificarse con las características socialmente consideradas más adecuadas para su sexo.

Repasando las tres funciones principales del esquema de género de Martin y Halverson (1981) – la regulación de la conducta, la atención y memorización selectiva, y la estructuración de inferencias e interpretaciones – revisa pruebas empíricas sobre esta etapa del desarrollo de la identificación de género. En cuanto a la regulación de la conducta, se encuentra un desarrollo asimétrico entre niños y niñas, en parte debido a “una mayor carga cognitiva en las niñas, y social en el caso de los varones”. (Sánchez, 1996, p. 160) Se encuentra que las niñas siguen perfectamente el esquema dibujado por estos autores, mientras los niños empiezan a exhibir discriminación antes (alrededor de los dos años), lo cual refleja una mayor presión impuesta sobre ellos que sobre las niñas a adherirse a las conductas socialmente consideradas apropiadas para ellos. Se pone de relieve esta presión, por parte de varios agentes sociales, ya que de aquí en adelante los niños se demuestran más rígidos en adherirse al rol masculino que las niñas al rol femenino. En cuanto a la atención y la memorización selectiva, éstas son formas de regular el comportamiento y reducir incertidumbre en la autoevaluación del mismo. Los dos procesos ayudan en la consolidación de los estereotipos de género, del comportamiento socialmente aceptado. A través de la atención selectiva, se observa todo lo que confirma el estereotipo, bloqueando todo lo que lo pone en duda.

Este proceso enfoca tanto la conducta adecuada para el sexo del grupo asignado, que se pierde hasta cierto punto el conocimiento de lo apropiado para el otro sexo. Además, existe cierta distorsión de información respecto a los hombres que realizan comportamientos considerados como femeninos, y más que a las mujeres que emplean comportamientos masculinos. Son dos procesos que se consideran de la mayor importancia durante esta fase del desarrollo cognitivo de los niños. Además, no se encuentran diferencias significativas ni sostenibles entre grupos distintos, como pueden ser los niños/niñas más o menos tradicionales. Se desarrollan de forma parecida a la de la regulación de la conducta: los niños ya recuerdan mejor lo masculino a partir de los dos años, aunque las niñas no demuestran aún esta memoria selectiva. Esto puede explicar

sus limitadas posibilidades de actuación en comparación con las niñas, que en esta época y más tarde adoptarán más comportamientos masculinos y con mayor flexibilidad de género que ellos. Hacia los tres años, los niños/niñas pierden la asimetría, y el desarrollo de esta dimensión cognitiva se iguala entre los sexos.

Con la estructuración de inferencias e interpretaciones, explica que la forma tradicional de saber si los niños/niñas han aprendido los comportamientos socialmente adecuados para los dos sexos ha sido a través de preguntas como “¿quién suele jugar a los coches?” o “¿quién suele jugar a las muñecas?”. (Sánchez, 1996, p. 162) Relata una forma relativamente nueva, empleando inferencias, como en el caso de describir la acción de una persona (niño o niña) y pedir que el sujeto adivine una futura conducta. Entre sujetos niños/niñas, se basa la respuesta en el dimorfismo sexual aparente de la persona, y otras veces se basa en el comportamiento individual de la persona, como los adultos, que utilizan la información individualizada. Si los niños/niñas de entre cuatro y seis años de edad todavía basan sus juicios sociales completamente en el dimorfismo sexual aparente, sus inferencias no se verán afectadas en absoluto por la información individualizada. Consideran que todos los elementos estereotipados (aparición física, roles, ocupaciones y rasgos de personalidad) serán masculinos para los niños y femeninos para las niñas. Esto no implica que todavía sean incapaces de hacer inferencias con la información individualizada; de hecho, cuando no saben el sexo de la persona, sí se basan sus inferencias en dicha información. Sin embargo, a esta edad, sólo son capaces de hacer estas inferencias cuando la información individualizada es de su grupo sexual de pertinencia. Esto implica hasta qué punto se aprende primero los estereotipos de género del sexo propio antes de los estereotipos que corresponden al otro sexo.

El aprendizaje selectivo es característico de los niños de esta edad, formando parte del proceso de identificación de género y el desarrollo de su “esquema” cognitivo. Según Sánchez, el dominio de la información categorial sobre la inferencia entre los niños/niñas se explica por lo siguiente: el dimorfismo sexual aparente es de la información más predominante, por lo que se ignora la información individualizada; los niños/niñas de esta edad aún tienen limitaciones cognitivas que les impiden emplear varias fuentes de información, en particular si son contradictorias; no han formado relaciones indirectas entre distintos componentes, ni entre sexo y género.



Resulta muy llamativo que sea durante esta etapa – cuando los niños/niñas aún carecen de la capacidad cognitiva de emplear categorías utilizando la información individualizada – cuando empiezan a visionar las películas de Disney, porque se trata de una etapa en el desarrollo ya marcada por el deseo de adherirse a las conductas percibidas como adecuadas para el sexo de cada uno/a. Si los personajes que vean en los medios les supondrán modelos de sexo/género a seguir, sea respecto a su forma de ser, sus deseos o sus acciones, en esta misma suposición se apoya la necesidad de investigar los mensajes que les transmiten dichos medios.

#### 3.1.3.4 7-11 años: *Flexibilidad de género*

A partir de los siete años, por distintas razones, como la mayor capacidad cognitiva, los niños/niñas empiezan a diferenciar entre categorías externas (dimorfismo sexual aparente) e internas (información individualizada). Durante esta etapa, demuestran “preferencia” por su propia incorporación y pertenencia a un grupo, comparado con todo lo que engloba el otro grupo o género. Habla Fernández (1996) de la “adopción” de formas de actuar de un sexo u otro, además de patrones sociales asignados a ellos. Esto se parece mucho a la última fase de desarrollo, pero hay una diferencia muy importante. Durante los años de identificación de género, los niños ven los estereotipos de género como algo inflexible o inalterable; para ellos las características y los comportamientos socialmente atribuidos a un sexo o al otro son normas natas o naturales, y tienden a pensar que un cambio de comportamiento cambiará también el sexo de la persona. Es a partir de aproximadamente los siete años cuando los niños/niñas toman conciencia de que estos estereotipos son de naturaleza social y flexible, siendo el sexo lo que no se puede cambiar. La rigidez de años anteriores se relaja y las normas se hacen modificables para ellos.

La comprensión de la relatividad – en particular en cuanto al género – aumenta mucho entre los seis y los ocho años, y hasta más o menos los once años. Curiosamente, justo después de esta edad, los/las jóvenes siguen con la comprensión de dicha relatividad y ahora también de la arbitrariedad de las normas sociales correspondientes, pero se vuelven a respetar y seguirlas. Esto implica que existen periodos de mayor o menor flexibilidad de género: entre los siete y los once años parece ser uno de ellos. Destaca que la flexibilidad actitudinal de género favorece a, y se encuentra principalmente en, las niñas. Según distintos estudios, las niñas demuestran un aumento de flexibilidad a medida que crecen, desde la elección de juguetes neutros hasta aspiraciones y profesiones consideradas como masculinas. Los niños, en cambio, se adhieren fuertemente a los roles

y estereotipos masculinos. Además, la transgresión de esos roles está peor vista cuando es por parte de los niños que cuando es por parte de las niñas.

Respecto a la atención y la memorización selectiva – también evidentes en la última fase descrita – se observa menor distorsión de información incompleta, y gracias a una mayor capacidad cognitiva, los niños/niñas pueden emplear información individualizada y más compleja, en vez de basarse únicamente en el dimorfismo sexual aparente; comienzan a considerar dimensiones más abstractas. Esto implica una mayor flexibilidad, aunque sólo sea por poder ampliar la profundidad y la complejidad de los esquemas psicológicos. Después de conseguir la constancia sexual del periodo de identificación y la relatividad de éste, podrán buscar otros tipos de organización de su ambiente y su mundo social, con mayor conocimiento de ellos, lo cual les proporcionará mayor control. (Fernández, 1996)

Durante esta etapa, como veremos más adelante en el “Estado de la cuestión...”, el joven público ya es más capaz de explicar las razones por las que se identifica con un personaje de ficción u otro. Aplicado a nuestro objeto de estudio, se empieza a observar que la relación que tiene una persona con un modelo mediático va evolucionando, a medida que crece y se desarrolla esa persona.

#### 3.1.3.5 *11-20 años*

La adolescencia se ha considerado tradicionalmente como período clave y último en el desarrollo bio-psico-socio-sexual del ser humano. Según la heurística propuesta por Fernández et.al. (1996), sí que es una de las tres épocas de la vida más fuertemente influidas por las hormonas, pero en cuanto a la identidad sexual y de género, se considera una fase más de todo el ciclo vital. A nivel puramente fisiológico, las fases temprana y tardía de la adolescencia se ven marcadas por cambios importantes en las hormonas, las gónadas y todo el sistema reproductor. Comenta Tejero (1996, p. 174) una definición de la pubertad – fase que se encuentra dentro del periodo de la adolescencia pero que no hay que confundir con ella – ofrecida por el diccionario Webster: “el período en el que se llega a ser capaz de reproducirse sexualmente por primera vez, y en el que maduran los órganos genitales y se desarrollan las características sexuales secundarias”. Los cambios externos físicos que ocurren durante la adolescencia son tales que subrayan más el dimorfismo sexual: en los varones, la aparición de vello corporal, de barba y bigote, y el aumento de masa muscular, en particular en los hombros y el pecho; en las mujeres, el

aumento de volumen (graso, magro y óseo), en particular el desarrollo de las mamas, las caderas y los muslos. Es un período de cambios fundamentales, pero no solamente físicos: los cambios fisiológicos que ocurren a lo largo de la vida se ven acompañados y afectados por los cambios psicosociales, además de agentes sociales distintos.

Fuertes trata de la interacción entre esos distintos agentes sociales, psicosociales y biológicos como fuentes de influencia extremadamente fuertes a la hora de autoevaluarse los/las adolescentes. Si hay suficientes cambios biológicos (hormonales, gonadales, de estructura ósea, de capacidad cognitiva, etc.) como para causarles confusión, hay que añadirles los factores socioculturales (actitudes y valores a nivel social/nacional, leyes, religión...) e interpersonales (familia, amistades, relaciones de pareja), que aportan su propia influencia. (Fuertes, 1996) Lógicamente, como estos factores interactúan, hay que examinarlos, siempre teniendo en cuenta su relación con los demás.

Comenzando con los cambios biológicos y psicológicos, habla de la reconsideración de la imagen del individuo adolescente, debido a ellos. ¿Cómo hace para ajustarse a estos cambios y a su nuevo cuerpo? ¿Qué le condiciona para aceptar o rechazar, o simplemente admitir de una manera dada este cuerpo ahora sexuado? No es su propio cuerpo quién se lo dice, sino la cultura que le rodea. Y como es durante esta época de la vida cuando se cobra las capacidades cognitivas suficientes como para considerar distintas posibilidades, dimensiones y perspectivas (hasta este momento, aún no alcanzadas), es ahora cuando se empieza a considerar consciente y reflexivamente la identidad (en este caso sexual y de género) en el contexto sociocultural en el cual se encuentra. Se trata de una etapa cuando el individuo comienza a preocuparse por los demás (y por sus pensamientos o sentimientos) y por temas de mayor profundidad, como pueden ser la religión o la política. Empieza a considerar su identidad, y todo lo que ello implica: valores, ideales, roles sociales que quiera o no desempeñar. Después de haber pasado épocas aceptando ciegamente los roles y valores presentados por la sociedad, el/la adolescente comienza a experimentar con posibilidades propias.<sup>1</sup>

Aunque nuestra sociedad ha experimentado cambios importantes respecto al trato diferenciado de varones y mujeres, “aún existen diferentes expectativas sociales sobre la

---

<sup>1</sup> Aquí también conviene comentar el aumento en los casos de niños transgéneros, a edades cada vez más jóvenes, cuando aún se podría cuestionar su capacidad cognitiva de pedir, o tomar, decisiones relacionadas con un cambio médico eventual de sexo.

personalidad, los intereses, las habilidades, los comportamientos, etcétera para un sexo y el otro” (Fuertes, 1996, p. 193) y esto cobra mucha importancia durante la adolescencia. Incluso entre profesores de secundaria, siguen existiendo estereotipos en cuanto a los intereses y habilidades escolares de los jóvenes según su sexo. No hay que olvidar la importancia condicionante que tienen las instituciones sociales en la vida de los adolescentes, intensamente preocupados por su identidad, aún si sólo se trata de su imagen, vista desde la perspectiva de otros. Y se basarán en los valores que han aprendido a través de los mensajes transmitidos por otros, si en la escuela, entre amigos, entre familia, o en los medios de comunicación de masas.

El cuerpo solo no le transmite a una chica de 9 años que ya ha desarrollado pechos que es “rara”, ni le dice a un chico de 12 años que si se masturba se quedará ciego; son valores o normas sociales que aprendemos de otras fuentes sobre lo que es “propio” de un varón o de una mujer, o de su sexualidad. Además, destaca Fuertes que estos valores o normas no suelen ser explícitas, con la excepción de algunas normas religiosas. Es decir, los jóvenes normalmente deben interpretar los mensajes indirectos como puedan, respecto a cómo deben ser o comportarse como varón o mujer, y sí que buscan estas normas, porque lógicamente, saltárselas implicaría cierto rechazo social (aunque el cuerpo o la psique lo pida). Como la sexualidad adolescente sigue siendo un tema bastante tabú que los adultos prefieren no reconocer (y por tanto no tratar adecuadamente), los adolescentes se ven obligados a buscar información donde la encuentren, que es donde los medios de comunicación juegan un papel fundamental, ya que ofrecen un verdadero bombardeo de estímulos e imágenes de naturaleza sexual, no necesariamente saludable. Además, como la sexualidad en sí sigue considerándose un tema privado, los jóvenes encuentran un modelo a seguir en esos medios. (Fuertes, 1996)

Un dato interesante es el cambio de control parental en cuanto al comportamiento de los jóvenes. Para los chicos más jóvenes, existía mayor rigidez respecto a su comportamiento (masculino vs. femenino). Durante la adolescencia, en cambio, es la chica quien experimenta mayor control externo respecto a su comportamiento sexual. No sólo tiene mayores presiones en cuanto a conseguir el atractivo apropiado (imágenes estrictas propiciadas por los medios de comunicación, entre otros), sino que también se ve obligada a adoptar un comportamiento sexual inconstante. La doble moralidad para hombres y mujeres se sigue observando: aún existe la diferenciación *slut/stud* (promiscua/chulo) entre una chica y un chico que expresan su sexualidad abiertamente.

Todavía se espera de las chicas que sean atractivas y hasta provocativas, pero sin expresarse sexualmente, mientras se halaga al chico por sus conquistas. Las adolescentes reciben mensajes confusos respecto a su sexualidad y su cuerpo, lo cual resulta en una marcada ambigüedad e insatisfacción respecto a su nueva imagen corporal y su sexualidad, comparada con mucha mayor satisfacción entre los adolescentes varones.

Las amistades forman un factor condicionante de gran importancia, aunque diferente a la de la familia. Entre grupos de amigos – *peers* – del mismo sexo, donde los/las adolescentes pasan gran parte de su tiempo, se crea conformidad, a menudo reforzando las características estereotipadas tradicionales de su sexo, como el asertividad y la independencia entre los chicos y la expresividad y la empatía entre las chicas. A esta edad, esta conformidad es de primerísima importancia, y ejercerá una gran influencia sobre los jóvenes en su desarrollo de identidad sexual y de género. Dentro de sus grupos de amigos, los/las adolescentes también intercambian información y actitudes respecto a la sexualidad, lo cual les puede influir de forma tanto positiva como negativa. En cuanto a las relaciones de pareja, éstas suponen para los adolescentes una forma de experimentación y aprendizaje respecto a la sexualidad y a los roles de sexo/género. Lógicamente, las relaciones que crea la pareja dependen de la percepción de cada uno de lo que es ser hombre o mujer, y vice versa. (Fuertes, 1996)

Respecto a la imagen corporal, se observa que a los chicos se les halaga por madurar, con mensajes positivos sobre la virilidad o la fuerza, por ejemplo. Las chicas, y en particular las que maduran a una edad más joven de la habitual, reciben mensajes más bien mixtos, respecto a su feminidad, a las responsabilidades o a las precauciones. De nuevo, estos mensajes confusos contribuyen a reacciones muy desiguales entre los y las adolescentes respecto a su nueva imagen corporal y su sexualidad. Esta imagen corporal no se basa sólo en la apariencia real, sino también en la interpretación del individuo de la misma. Si se trata de cambios puberales como la menstruación y las primeras eyaculaciones, se observa que éstos ejercen distintos efectos sobre la imagen corporal, según distintos factores del entorno de cada uno/a. (Fuertes, 1996)

En cuanto al comportamiento sexual, observamos una diferencia vital entre el período pre-puberal y el post-puberal. Los cambios fisiológicos que experimentan los/las adolescentes literalmente les convierten en seres sexuados, capaces de reproducirse; sus cuerpos se preparan para la reproducción y estos jóvenes se ven inundados de reacciones

espontáneas hormonales y de pensamientos y sueños eróticos, cosa que antes no experimentaban. La reacción del/la adolescente ante estos cambios depende en gran parte en sus relaciones familiares y de amistad, y en la información y actitud que tiene respecto a ellos. Habitualmente, los/las adolescentes comienzan con actividades autoeróticas, frecuentemente con la culpabilidad que imponen ciertas instituciones sociales al respecto, antes de empezar a experimentar con su propia sexualidad en relación con otras personas.

Esto puede ocurrir con jóvenes que experimentan fantasías o conductas homosexuales, lo cual resulta confuso en una sociedad cuya norma es la heterosexualidad. Estas personas representan minorías tradicionalmente estigmatizadas, pero que van recibiendo cada vez más aceptación y apoyo, tanto social como legal. En el ámbito heterosexual, se ve menor disparidad en las actitudes ante la sexualidad adolescente, con la dichosa doble moralidad. Todavía se acepta, tanto el sexo casual como el tener múltiples parejas, más para chicos que para chicas. Además, los chicos tienden más que las chicas a considerar las conductas de sus compañeras o amigas como sexuales, en vez de sencillamente amistosas.

Volviendo al tema del género, algunos postulan que la mayor capacidad cognitiva permite una mayor flexibilidad respecto a los roles de género. Si esto es cierto, también es cierto que dicha capacidad lleva a un mejor entendimiento y mayor necesidad de conformidad con esos roles por parte de los/las adolescentes. Se observa mayor flexibilidad a medida que crece el individuo, y más entre las chicas, pero “los roles de género y las expectativas que conllevan seguirán, sin embargo, ejerciendo importantes influencias en la forma en que los adolescentes se definen a sí mismos y se relacionan con los demás”. (Fuentes, 1996, p. 207) Si las adolescentes tienden a tener menor autoestima y satisfacción en cuanto a su imagen corporal, mayor autoconciencia y actitudes negativas hacia su propio sexo que los adolescentes, esto está relacionado con el hecho de recibir mensajes sobre su propio sexo como inferior y subordinado al sexo masculino, lo cual de por sí es conflictivo, pero implica la aceptación de estos mensajes.

El desarrollo de la identidad sexual y de género adolescente se experimenta de forma distinta según el contexto biológico/familiar/social de cada individuo, y más marcadamente según su sexo. Todavía expuesto a nuestro objeto de estudio – aunque en menor medida, porque durante la adolescencia, muchos jóvenes empiezan a rechazar productos tan “infantiles” – el público ya dispone de la madurez cognitiva necesaria para cuestionar y criticar distintos aspectos del contenido de los medios de comunicación.

### 3.1.3.6 20-50 años

Tradicionalmente, los estudios sobre el sexo y el género se detienen una vez superada la adolescencia, pero esta heurística sigue hasta el final del ciclo vital. Enfatizan los autores los cambios físicos, sociales, laborales y familiares que experimentan los humanos adultos, y la relación que tienen dichos cambios con su identidad de género y en su adopción/rechazo a los roles sexuales y de género. Pastor (1996, p. 254) cita el Diccionario de uso del español de María Moliner: “Adulto-a: Se aplica a la persona o animal que ha llegado a su pleno desarrollo o edad en que es apto para la procreación”, pero queda claro que el desarrollo físico y psíquico del individuo no se queda fijado para siempre a partir del momento de alcanzar la mayoría de edad. Barberá y Lafuente tratan de las diferencias y semejanzas entre mujeres y varones adultos, investigando primero los factores biológicos y culturales con respecto al sexo y género, y segundo su aplicación al ámbito laboral, tan sumamente importante en esta época de la vida.

Para esta etapa vital, Barberá y Lafuente citan distintos roles de género adoptados por los adultos en momentos importantes de cambios, desde la cohabitación, hasta el matrimonio, la espera del primer hijo y al final, la maternidad-paternidad. Describiéndose a sí mismos los varones y mujeres estudiadas, se evidenciaron pocas características femeninas entre los que cohabitaban, y bastantes entre los casados. Los que esperaban su primer hijo se veían algo ambiguos, las mujeres queriendo atención, pero sintiéndose autosuficientes, y los varones sintiéndose alejados, pero a la vez más preocupados por el bienestar de la familia. Era al convertirse en padres cuando los sujetos reconocieron asumir más roles estereotipados de género, y es importante notar que las madres más que los padres. Destacan las autoras que convendría realizar más estudios enfocando momentos importantes como éstos, ya que pueden ejercer una influencia importante en los sujetos. Desgraciadamente, muchas investigaciones utilizan muestras demasiado heterogéneas para ser generalizadas, sin considerar factores tan importantes como dichos momentos, edad, raza, situación laboral, número de hijos, educación, clase socioeconómica, etc. (Barberá & Lafuente, 1996)

Ofrecen una lista de reglas en cuanto a los estereotipos y las expectativas de género, que resulta de distintas investigaciones empíricas: los varones muestran perspectivas de género más estereotipadas que las mujeres, el estereotipo masculino resulta más rígido que el femenino, las personas con un nivel educativo mayor se muestran menos estereotipadas que las personas con un nivel más bajo, se asocian rasgos más favorables

a los varones que a las mujeres (aunque a medida que éstas consigan mayor estatus, sus rasgos femeninos empiezan a considerarse más positivos), con mayor edad llega mayor flexibilidad respecto a la visión de los grupos homogéneos de género, y los estereotipos no evolucionan al mismo ritmo que la sociedad. (Barberá & Lafuente, 1996)

En el ámbito laboral, sostienen que la influencia de estas reglas se evidencia en la jerarquía laboral por sexo que atribuye mayor valor, poder y prestigio a los trabajos desempeñados por varones, y también en la jerarquía laboral por sexo que se encuentra dentro de cada sector, obteniendo los varones los puestos más altos. Y esta situación no existe únicamente por la discriminación externa impuesta por las instituciones sociales, sino también por la discriminación interna o las motivaciones personales. (Barberá & Lafuente, 1996) Opinan que las primeras – más que las segundas – causan las diferentes experiencias de los varones y las mujeres en el ámbito laboral, y creen que es en parte debido a la falta de modelos femeninos que las mujeres tienen tanta dificultad a la hora de incorporarse a trabajos tradicionalmente masculinos, o sencillamente a ascender. Respecto al tema del logro, resumen que es un concepto bastante complicado y que varones y mujeres no tienen por qué mostrar los mismos estilos de logro, y cuestionan aspectos como la competitividad para medir el nivel de logro y las metas profesionales asociadas al logro. (Barberá & Lafuente, 1996)

Hablan de la conciliación laboral y familiar, indicando que son mucho más las mujeres quienes encuentran conflictos al mantener un trabajo y una familia, viéndose obligadas a renunciar a uno de estos aspectos de sus vidas para mantener el otro, y aún evaluadas negativamente cuando ocupan roles tradicionalmente masculinos. Y no sólo las mujeres se ven afectadas por los cambios experimentados en nuestra sociedad. Si los varones adultos tradicionalmente se han ocupado de trabajo remunerado y matrimonio, y las mujeres adultas de matrimonio y maternidad, y la incorporación de éstas en el ámbito laboral crea conflictos para ellas, ¿cómo afecta a los varones? Muchos cambios sociológicos han tenido lugar en las últimas décadas. “La gente se casa más tarde, se divorcia más, las mujeres trabajan y mantienen la familia, existen uniones entre sujetos de un mismo sexo...”. cuenta Pastor (1996, p. 262) Para muchas situaciones actuales, no existen modelos a seguir; rompen con los roles tradicionales asimilados por los individuos desde muy jóvenes, y los varones también se encuentran con una amenaza a su identidad de género. El ámbito laboral siempre ha sido un territorio poderoso, activo, representativo del dominio sexual masculino, y la incorporación de las mujeres a él supone un



cuestionamiento del rol fundamental del varón adulto. Los varones que deben cuidar de la familia y del hogar se encuentran desempeñando roles contradictorios a lo que aprendieron de pequeños. Aunque sigue siendo difícil, las mujeres han logrado aumentar el alcance del rol femenino hacia el exterior y la productividad, pero el rol tradicional masculino no parece tener la misma flexibilidad, y los varones encuentran dificultades a la hora de re-definir sus propios roles. (Pastor, 1996)

El punto de vista predominante dualista blanco/negro se encuentra en

“nuestra tradición religiosa y filosófica entre la realidad de la mente y el cuerpo, el eterno conflicto entre deseo y realidad... ocasiona una visión dicotómica de la realidad, concretada en metáforas acerca de la actividad-pasividad referida a las relaciones entre los sexos y a los aspectos definitorios de la masculinidad-feminidad,” y polarizando características como “razón-intuición, pensamiento-sentimiento, fortaleza-debilidad, público-privado, subjetivo-objetivo o activo-pasivo, asociadas a un sexo u otro, se justifica la asimetría intersexos. Se define así, como género inapropiado para las mujeres el deseo de autonomía y poder, mientras que se consideran inadecuados para los varones los sentimientos de vulnerabilidad, dependencia y afecto por el mismo sexo”. (Pastor, 1996, p. 253)

Hay que indicar que esta polarización de los géneros se basó en la función reproductora diferencial socialmente atribuida, y no en la biología, pero al declararse una polarización “natural”, uniéndose a la diferencia anatómica, ejerce una influencia incomparable en la socialización. Pastor ofrece una lista de estereotipos de género que todavía se evidencian en nuestra sociedad, a pesar de ser mitos cuestionados por los cambios radicales que han supuesto el feminismo, la libertad sexual creada por los anticonceptivos, las enfermedades venéreas, etc.: la sexualidad como instintiva, que los varones adultos sean sexualmente activos y las mujeres pasivas, que la sexualidad sea heterosexual y adulta, y que la sexualidad adulta sea únicamente genital, con el objetivo de la reproducción. También refleja las enseñanzas religiosas judeocristianas. Pero los seres humanos expresamos nuestra sexualidad también de forma no genital, a menudo sin el propósito de procrear, con personas del mismo sexo o de otra edad, y de una actividad/pasividad variable, todo esto obrando en contra de lo que dictan esas enseñanzas como “correcto”.

Igual que con los niños, los roles de los adultos se ven reforzados, tanto por factores externos (la normativa social) como por factores internos (la socialización interiorizada por el individuo). Entre la creación de la familia y la división del trabajo, se reproduce los valores sociales; esto implica que cualquier cambio a estas normas afecta

“profundamente a la estructura social, al tiempo que a los sujetos que los actualizan”. (Pastor, 1996, p. 261) Sin embargo, con los cambios en modelos de vida que ha experimentado nuestra sociedad – entre las diferencias e inestabilidad en el mundo laboral, la independencia económica femenina, la libertad sexual... – los roles de género de los adultos están cambiando, rompiendo con las demandas sociales tradicionales.

Durante esta etapa vital, las personas visionan los “Clásicos” de Disney, ya habiendo adoptado roles sociales muy diferentes, habitualmente de padres o tíos/tías. La influencia que les puede suponer este producto mediático se relaciona más con las explicaciones y conversaciones que tendrán al respecto con la siguiente generación de público.

#### 3.1.3.7 50 años – *en adelante*

En una sociedad que premia la juventud, el envejecimiento se puede ver con desprecio y hasta miedo. El deterioro corporal, si en las arrugas, la disminución del metabolismo y de la fuerza muscular y ósea, la debilitación de las facultades, o posiblemente la pérdida de la capacidad del coito (tal y como manda la juventud), refleja un periodo que ocupa un tercio de la vida y que, en nuestra sociedad, inspira desdén.

Varones y mujeres deben asumir los roles de género de “viejos”, cuando llegan a serlos, pero ese momento depende de la sociedad en la que viven, ya que la vejez es un constructo cultural. En nuestra sociedad, se suele considerar la edad de 65 años – edad habitual de la jubilación – como el principio de la vejez, y a esto se le acompaña cierto temor. Las preocupaciones que tienen las personas mayores reflejan los valores culturales que tan altamente estiman la imagen de la belleza y la fuerza joven, de la mujer de cuerpo joven y del varón semental, de la sexualidad frecuente y únicamente coital. Y es que el envejecimiento impone obstáculos para lograr mantener este ideal. Sexualmente, las mujeres y los varones pierden el deseo (por razones psicosociales u hormonales), necesitan más estímulos para excitarse, tienen orgasmos menos vigorosos, y en el caso del varón, tarda más en recuperarse. Cuenta López que esta lentitud contribuye a que los mayores mejoren su comunicación, sus caricias, y el grado de intimidad en sus relaciones sexuales, quitando importancia al mismo coito. Según la perspectiva joven obsesionada con el coito, a la vejez se le asocia el deterioro de la sexualidad, pero si se adopta una perspectiva no limitada a la genitalidad, dice López (1996), se observan importantes cambios cualitativos.

Respecto a los roles de género, López indica que dependen en gran parte de influencias generacionales, y llega a la conclusión de que los roles de género se flexibilizan bastante para las personas mayores, aunque siguen basados en los roles establecidos para los adultos más jóvenes, y que no se pueden generalizar drásticamente: sigue habiendo diferencias entre varones y mujeres y entre personas de edades avanzadas y muy avanzadas. Las mujeres todavía se consideran más pasivas y dependientes y los varones más activos e independientes. Las mujeres siguen cargando con el estereotipo de ser las más tiernas y preocupadas por los demás, mientras que los varones – a pesar de adquirir una fama de tiernos una vez alcanzada esta edad – heredan el estereotipo del individuo más interesado en sí mismo. Las mujeres mayores se ven afectadas negativamente por las creencias (externas e internalizadas) que dictan que son feas y más deterioradas física- y psíquicamente que los hombres; que dictan que no es apropiado que tomen ninguna iniciativa, especialmente en temas sexuales, y francamente, muchas llevan toda la vida adulta sujetas a lo que quiera su pareja, así que tampoco saben muy bien tomar esa iniciativa.<sup>2</sup> Los varones, en cambio, se ven más afectados por su jubilación y por la pérdida de identidad y de poder social que esto implica, y sexualmente por la pérdida de la capacidad de erección, cosa castigada por una sociedad que se fija en el coito como único fin sexual. (López, 1996) Sugiere que la flexibilidad de los roles de género puede servir para unir más a mujeres y varones mayores, porque dichos roles se solapan; pueden encontrar más intereses en común, creando relaciones más unidas y ricas. Si son capaces de librarse psíquicamente de los estigmas culturales que obran en su contra, dispondrán de tiempo para disfrutar de una sexualidad y de nuevos roles de género más libres y enriquecedores que nunca. (López, 1996)

El cuerpo experimenta cambios durante todo el ciclo vital; las normas sociales también cambian, exigiendo comportamientos distintos no sólo según el sexo del individuo, sino también según su edad, y no olvidemos los cambios que ocurren en las sociedades que llevan a la modificación de sus normas. Según esta heurística, la identidad de género tampoco deja de evolucionar, y por esta razón, nos ha parecido relevante hacer un breve repaso a este proceso. Nos recuerda que, desde que por primera vez nos encontramos expuestos a un medio de comunicación como los “Clásicos” de Disney, normalmente en plena etapa de identificación de sexo y de género, nos podemos ver influidos por las

---

<sup>2</sup> Cabe destacar que, en los últimos años, los medios de comunicación han empezado a sacar a modelos mayores – varones y mujeres – en los anuncios, rompiendo los esquemas tradicionales y presentándoles como juveniles de actitud y físicamente atractivos.

imágenes, los modelos y los mensajes que nos transmite. Y a medida que crecemos y envejecemos, nuestra relación con este medio también evoluciona.

### 3.2 Contexto histórico de la sociedad española

Los largometrajes animados “Clásicos” de Disney llevan llenando los cines de medio mundo desde el estreno de *Blancanieves y los siete enanitos*, que se vio por primera vez en España el 9 de octubre de 1941. El país en ese momento se recuperaba de una devastadora guerra civil y se enfrentaba a lo que serían varias décadas bajo la dictadura de Francisco Franco, período que también dejaría consecuencias importantes en la sociedad española. A comienzos del siglo XXI, todavía vemos estrenos y re-estrenos de estas películas de Disney en el cine – y también en nuestras casas, gracias, en primer lugar, a la invención del vídeo y posteriormente del DVD y el Blu-ray, y formas más modernas de visionado – aunque observamos que se diferencian mucho en contenido y estilo a aquel primer estreno. Y si recordamos el interés de este estudio respecto a la influencia de este producto mediático sobre un elemento psicosocial de su público infantil español, debemos de reconocer que el contexto social y político del entorno de dicho público tiene tanta importancia como el mismo contenido de las películas que analizaremos.

Por esta razón, indagaremos en más detalle en este periodo histórico de España, enfocando, sobre todo, lo relacionado con los roles de género, con las relaciones entre las personas y las diversas influencias sociales (políticas, religiosas, familiares) sobre ellas según su sexo. En este capítulo, dividiremos este periodo en varias partes: la II República y la guerra civil española (1931-1939), el franquismo de la postguerra (1939-1951) y de la recuperación económica (1951-1975), la transición hacia la democracia (1975-1996) y la consolidación democrática en una sociedad globalizada (1997-presente).<sup>3</sup>

#### 3.2.1 La II República y la guerra civil española (1931-1939)

Las obras cinematográficas objeto de estudio no aparecieron en España hasta principios de los años 40, pero conviene hacer un breve repaso de la vida que habían experimentado los españoles durante la década anterior, es decir, durante la II República y la guerra civil, porque dejaría huellas sociales muy importantes que la dictadura franquista intentaría borrar. En los cinco años que duró la II República, se produjeron

---

<sup>3</sup> Esta división no coincide con las épocas en las que hemos dividido los “Clásicos” a la hora de realizar nuestro análisis. La elección de dichas etapas se explicará más adelante, en el capítulo dedicado a la Metodología.

cambios radicales en la sociedad española respecto a las relaciones entre los sexos, cambios que, según Folguera (1997), no dispusieron del tiempo necesario para echar raíces en las pautas de comportamiento de los españoles. Y aunque no durara, hay que destacar que fue una época de tremendos avances hacia una mayor igualdad práctica para mujeres y varones.

Se trata de una importante incorporación de las mujeres a distintos espacios públicos, tradicionalmente reservados para los hombres, además de la consideración más profesional del trabajo doméstico de ama de casa; se empezó a buscar mayor confort e higiene en el hogar, a la vez que se comenzó a recomendar la práctica de más deporte y de estar al aire libre para mejorar la salud, todo esto especialmente beneficioso para la situación tradicionalmente subordinada y menospreciada de las mujeres. Empezaron a desprenderse de las ataduras de los corsés o la maternidad no controlada. En este sentido, la maternidad controlada supondría una forma de liberación para la mujer. Es más, “Se aboga por un nuevo concepto de la paternidad y maternidad en el nuevo sentido de concebir solamente el número de hijos que se puedan mantener, entendiendo por manutención no sólo el hecho de alimentarlos, sino de educarlos y formarlos como auténticos ciudadanos con todos sus derechos”. (Folguera Crespo, 1997, p. 496) Como resultado de esto y del crecimiento urbano e industrial, la natalidad, la mortalidad y la nupcialidad experimentaron un descenso, y la edad de matrimonio aumentó.

Otra forma de liberarse las mujeres de sus ataduras sociales tradicionales era afiliarse a Clubs Femeninos de Deportes. Fue durante esta época cuando se consolidaron estas organizaciones: grupos de mujeres modernas que pretendían presentarle a la población femenina nuevas oportunidades – de forma colectiva – de expresarse y ejercer mayor protagonismo en el ámbito público de la sociedad. Pero hay que notar que no eran “feministas” como los conocemos desde los años 60, sino sencillamente mujeres que querían probar destinos y prácticas que la sociedad antes se les había impedido realizar. Expresaban un temor ante la postulada posibilidad de masculinizarse o perder sus facultades femeninas – convertirse en “marimachos” – especialmente las mujeres que practicaran ciertos deportes exigentes o competitivos. Aparte de ver un aumento importante de participación femenina en deportes como el tenis y la natación, que antes de estas fechas ya eran populares entre estas deportistas, comenzaron a practicar en mayor medida otros deportes con más expansión pública, como el hockey, el atletismo, el fútbol, y el baloncesto. A través del deporte, actividad que favorece a la salud del individuo, se

observaba de qué forma las mujeres españolas experimentaban un mayor protagonismo y una mayor libertad social que jamás hubieran visto en España. (Instituto de la Mujer, 1990)

En cuanto a los medios de comunicación de masas, quizás lo más llamativo de esta época sería fruto del cine (fundamentalmente de Hollywood, productor de la mayor cantidad de películas visionadas en España), con su gran novedad y popularidad que tendría una influencia muy importante a la hora de difundir modelos y modas a seguir. Para los años 30 ya se había llegado a conocer al *star-system*, nacido casi veinte años antes, que había empezado a lanzar al estrellato a actores que anteriormente solían ser desconocidos.

Estos primeros actores del cine adquirieron imágenes mitológicas de las que luego les sería muy difícil desprenderse. Los populares bucles rubios y carita inocente de la siempre-ingenua Mary Pickford compitieron con la también popular imagen perversa y erótica de *vamps* como Theda Bara durante esas primeras décadas, enfatizando la dualidad estereotípica femenina virgen-madre vs. prostituta- “mujer devoradora de hombres”. En esa época, se popularizaron también imágenes masculinas igualmente dualísticas, en forma del *cowboy* buenorro, guapo, aventurero, pero casi asexuado, como Tom Mix, y del *latin lover* viril, apasionado y exótico, como los papeles que representó Rodolfo Valentino, un actor apreciado por públicos tanto masculinos como femeninos.

El cine en los años veinte había sido plegado de una libertad representada en la vida real (en Estados Unidos) por la incorporación de mujeres al mercado del trabajo, por cambios de actitud respecto del matrimonio, de la virginidad, y por la estética femenina, alcanzando el mundo de la moda:

“No era cierto, por ejemplo, que la mujer se hubiese emancipado, pero era cierto que se había operado en gran número de espectadoras un cambio de mentalidad y, negando el arquetipo paulino de la mujer-sumisión, estas espectadoras aspiraban a la emancipación social y sexual. Por eso, el cine propondría a sus públicos el nuevo mito de la *flapper*, la muchacha desenvuelta y emancipada, terrestre y no divina como las antiguas *vamps*, que refleja el rostro de la nueva América industrial desbancando a la ruda América agraria, derrumbe puritano y mutación moral que de modo excelente han reflejado las novelas de Francis Scott Fitzgerald”. (Gubern, 1977, p. 33-34)

Estrella ejemplar del feminismo (o al menos del aumento de opciones vitales para las mujeres) de esta época era Clara Bow, cuyos personajes eran mujeres emancipadas, trabajadoras en ambientes más bien sofisticados y con connotaciones eróticas; otro ejemplo serían los cómics de los años 20, que ya no trataban de chavales ni eran “familiares”, sino que eran protagonizados por chicas jóvenes. (Gubern, 1977) Quizás el único mito de tipo *vamp* que sobrevivió a esta época fue Greta Garbo, actriz que representaba papeles de mujeres libres por desear estar solteras, por no depender de los hombres, y habitualmente de una sensualidad poco carnal. En este último sentido ella contrastaba con otras actrices de esta década, como Marlene Dietrich, y por supuesto, como Mae West, provocadora sexual por antonomasia.

Los años treinta fueron marcados en el cine estadounidense por las películas de Frank Capra, obras que ofrecían una imagen de mujeres “emancipadas” pero sexualmente más tranquilas, como Jean Arthur en sus papeles algo más realistas de secretaria u oficinista, para un público devastado por el *crack* del año 1929. Luego salieron mitos como Joan Crawford, con sus facciones fuertes y su boca grande (en contraste con el “ideal” de las *flappers* de la boquita en corazón), y como Jean Harlow, la rubia platino de una sexualidad muy agresiva, y cuyo des-uso del sostén marcó el cambio social del énfasis (en el físico femenino) de la pierna al busto. Por parte de las imágenes masculinas, salió Clark Gable, “uno de los modelos de virilidad más significativos de la época, y supuso una novedad en el *sex-appeal* de los años treinta, que es cuando empieza a dibujarse el atractivo de los galanes maduros, que otorgan especial seguridad y protección a las espectadoras. El tipo de Gable, duro, de virilidad elegante y seguro de sí, compone una especie de donjuán amargo y fatigado, con acento cínico, en una neta superación de la fórmula primaria establecida por Valentino”; mientras tanto, seguía en pie el siempre-fiel rol masculino caballeroso del cowboy, representado por Gary Cooper. (Gubern, 1977, p. 39) Otros modelos sacados del cine de Hollywood en los años 30 fueron más alejados de la realidad del público, como los gánsteres (en donde destacaron nombres como James Cagney e incluso Humphrey Bogart), y los héroes de cómics y aventuras como Tarzán, Dick Tracy y El hombre enmascarado. (Gubern, 1977)

Llama la atención a mitos europeos creados en esta época, como Jean Gabin y Michèle Morgan. De la industria cinematográfica española, de muy reducidas dimensiones en comparación con el aparato de Hollywood, se crea el mito de Imperio Argentina, comparada con Cyd Charisse, y que trabajó en España en películas como *Nobleza Baturra*

y *Morena Clara*, antes de marcharse a Alemania, donde trabajó durante la guerra civil española. (Gubern, 1977) Quizás lo más importante para destacar de esta lista de nombres es su influencia en los modelos socialmente aceptables para las personas. Gracias a la publicidad concedida a los actores de cine, se llegó a conocerlos mejor, a admirarlos más, y a considerarles como personas a emular. La forma de vestir, de maquillarse y de peinarse, el énfasis y el aprecio por ciertas características físicas y partes del cuerpo (masculino y femenino), y sí, los comportamientos del público espectador se verían afectados por las imágenes prestadas por los actores en sus representaciones cinematográficas y en la vida real. Por el medio audiovisual, se podía propagar valores y tendencias de una forma que ningún medio anterior podía haber hecho, y como veremos más adelante, el régimen político que gobernó al pueblo español durante casi cuatro décadas se aprovecharía plenamente de este medio con este mismo propósito.

Por otra parte, respecto a temas legales, la Constitución de 1931 no sólo estableció una separación de la Iglesia y el Estado, además de una libertad religiosa, sino también concedió a las personas (tanto mujeres como varones) mayores de 23 años el derecho al voto, y pretendió reconocer la igualdad entre las personas, dictando que el sexo (o familia, o clase social o creencias religiosas o políticas...) del individuo no podía proporcionarle ningún privilegio jurídico. Reconocía el matrimonio civil, y en marzo de 1932 se aprobó una ley de divorcio que concedía a ambos cónyuges el derecho a solicitarlo. Existía entre los republicanos una tendencia a considerar a las mujeres como personas con derechos, igual que a los hombres, y ya no únicamente como máquinas reproductoras, y esta tendencia se ve reflejada tanto en la legislación de la época como en otros ámbitos de la sociedad. Se extendió, evidenciándose por ejemplo en un aumento notable de la presencia femenina en la educación desde primaria hasta la universidad, o en la política, como en el caso de las dos diputadas elegidas para las nuevas Cortes Constituyentes el 14 de julio de 1931, Victoria Kent y Clara Campoamor.

Estos logros no nacieron de una sociedad “feminista” en el sentido que hoy en día se le atribuye al vocablo. Durante el siglo XIX en España, había aparecido una vertiente del “racionalismo feminista” francés, por parte de personas como Concepción Arenal, Concepción Sáiz y Emilia Pardo Bazán, que reivindicaban derechos igualitarios para todos, sin tener en cuenta su sexo. Arenal, que era penalista y socióloga, sacaba a la luz las injusticias del sistema de justicia – desigualdades legislativas respecto a mujeres y varones – en España. Destacaba que las leyes civiles consideraban a las mujeres como a



niños, negándoles los derechos de los que gozaban los varones; sin embargo, las leyes criminales las castigaban como a varones, como si hubieran tenido las mismas oportunidades de instrucción (moral u otra) que ellos. (Perona & del Castillo, 1996) Sin embargo, decía Arenal que “estamos persuadidos de que la felicidad de la mujer no está en la independencia sino en el cariño, y que como ame y sea amada, cederá sin esfuerzo por complacer a su marido, a su padre, a su hermano y a su hijo (...) Queremos que en la vida social esté representado el sentimiento y admitida la realidad de sus verdades; que esta representación la tengan las mujeres principalmente y lleven a las costumbres, a la opinión, y por consiguiente a las leyes, un elemento que muchas veces les falta”. (Citada en Perona & del Castillo, 1996, p. 335) Es decir, buscaba un trato legal igualitario, basándose en ideologías tradicionales que a las mujeres siempre les ha colocado en la parte inferior y menospreciada del binomio: masculino-femenino, razón-emoción, autonomía-dependencia, etc. Enfatizaba el optimismo que daba lugar a la fuerza en la enseñanza masculina, y el pesimismo que llevaba a la sumisión en la femenina. Era muy crítica de las tácticas contradictorias y excluyentes de un Estado androcéntrico: aunque las mujeres podían seguir estudios avanzados, las leyes no les permitían ejercer profesiones de acuerdo con esos estudios.

Ya en el siglo XX, Clara Campoamor era de las mujeres de pensamientos feministas que por fin lograron realizar cambios reales legislativos en España, en su caso con el derecho al sufragio, aprobado en 1931. Por supuesto, ella tuvo que discutir con otros y otras políticas que se movían por intereses más políticos que ideológicos, como Victoria Kent, por ejemplo, que se preocupaba por la tendencia conservadora que se esperaba de las nuevas votantes, carentes de cultura e instrucción. Tampoco se encontró apoyada por las ciencias: afirmaba Ortega y Gasset que los varones estaban impulsados a apoderarse de otras personas, y las mujeres a entregarse, y que “la mujer es más bien un género que un individuo” ya que no era más que un complemento añadido o derivado del “hombre” (tanto en el sentido de varón como en el sentido de humanidad). (Perona & del Castillo, 1996, p. 342-343) Médicos como Gregorio Marañón y Ramón y Cajal mantenían viva la asignación social de roles de acuerdo con los roles biológicos de la reproducción. Para Gregorio Marañón, el varón estaba hecho para el desgaste de energía y la mujer para el ahorro, pensamiento que se traducía en designarles a los dos sexos los espacios público y doméstico, respectivamente. Ramón y Cajal defendía la misma complementariedad, llegando a expresar la preocupación tan distendida en esa época por la posible

masculinización de las mujeres que no cumplieran con los atributos y acciones supuestamente naturalmente femeninos, o que se vieran afectadas por nuevos derechos o el acceso al trabajo remunerado, apartándoles a los hombres del matrimonio:

“cuantos menos matrimonios, más invasora y exigente se mostrará la mujer, atormentada por el abandono, el sobretrabajo agotante y la imposibilidad de satisfacer, decorosa y legalmente, sus íntimas y sacrosantas aspiraciones a la maternidad (...) Si no hubiera solteronas inteligentes e incansables y viudas desamparadas, osaría decir que al reclamar la mujer los privilegios políticos del hombre y el ejercicio de toda clase de oficios mecánicos, reclama, sin pensarlo, el derecho a la fealdad y a la vejez prematura”. (Citado en Perona & del Castillo, 1996, p. 345-346)

A la vez que la sociedad española avanzaba hacia mayor igualdad legal entre los sexos, la población se iba partiendo en dos facciones cada vez mejor diferenciadas respecto a las relaciones entre ellos. Claramente, estos movimientos acompañaban a los partidos decisivos que en 1936 declararían la guerra. Por una parte, estaban los que apoyaban la República y un nuevo modelo de mujer más libre y autónoma, gozando de los mismos derechos que los hombres, sin estar sometida a su – hasta entonces incontestable – autoridad. Por otra, estaban los que deseaban volver a la sociedad pre-republicana, católica, tradicional y patriarcal. Se crearon numerosas organizaciones políticas femeninas muy destacadas por ambas partes: de parte republicana, por ejemplo, las Mujeres Contra la Guerra y el Fascismo, la Unión Republicana Femenina o la Agrupación Femenina Socialista, y de parte conservadora o tradicionalista, la Asociación Femenina de Renovación Española, la Asociación Femenina Tradicionalista y sobre todo la Sección Femenina de Falange Española. Esta última enfatizaba el ideal derechista que “había que salvaguardar la potestad paterna en el seno de la familia, y a la mujer le estaba encomendada la defensa de los valores del hogar. En este mismo sentido se pronunciará la Sección Femenina de Falange Española. Su fundador, José Antonio Primo de Rivera, matizaba que la forma de respetar a la mujer no era “sustraerla a su magnífico destino y entregarla a funciones varoniles” sino en “rodear cada vez de mayor dignidad humana y social las funciones femeninas”. (Folguera, 1997, p. 507) Y no eran pocos los que estaban de acuerdo con la creencia de que esas funciones femeninas eran como esposa y madre, y que su deber y deseo debían consistir únicamente en servir a su familia.

La guerra civil concretó la división y contraposición ideológica de los dos bandos en cuanto a las relaciones entre varones y mujeres y sus respectivos roles en la sociedad, ya

que siguieron defendiendo los ideales expuestos durante la II República. Cuenta Folguera (1997, p. 515-516) que los republicanos esperaban de su ““nueva mujer”, independiente y emancipada, que debía contribuir al esfuerzo bélico en la misma medida que los hombres,” mientras que los nacionalistas buscaban a “la mujer sumisa y abnegada que se pliega a los dictados del futuro Estado franquista, y obedecía sin resistencia a las normas establecidas por la Sección Femenina y por la Iglesia católica”. Pero la vida durante este periodo no tenía nada que ver con la de años anteriores, porque, aparte de los peligros evidentes de la guerra, faltaban los artículos de primera necesidad, por lo cual la gente pasaba hambre y frío. Mientras los hombres combatían en el frente, las mujeres se veían obligadas a asumir responsabilidades mucho más amplias que las de madre y ama de casa. En muchos casos, para conseguir el sustento suficiente para dar de comer a sus familias (no era suficiente con el racionamiento), compaginaron las tareas del hogar con trabajos gratuitos y trabajos remunerados – sustituyendo a los hombres – además del uso del trueque, intercambiando artículos domésticos o productos fabricados en casa por comida.

Se experimentaron cambios respecto a las relaciones entre los sexos, en el sentido de la implantación de la coeducación en algunos colegios, y también en ciertas situaciones en las cuales hombres y mujeres trabajaban juntos: se convirtieron en seres humanos a los que tratar y considerar como a iguales. Fue durante esta época cuando las mujeres dejaron de extrañar con su presencia en los partidos políticos, y muchas combatieron y murieron junto con los hombres en el frente. Y cobran aún más influencia las citadas organizaciones femeninas por sus aportaciones sociales y públicas durante la guerra. Influyó en el sistema de valores de las jóvenes madrileñas, reclamando un trato igualitario para hombres y mujeres en distintos ámbitos sociales (enseñanza, trabajo, política...). En comparación con Mujeres Libres, organización anarquista/comunista en busca de la emancipación femenina en parte a través del derribo del capitalismo y del Estado, la Unión de Muchachas pretendía instigar cambios sociales, enfatizando el trabajar junto con los hombres – que no aisladas de ellos – para conseguir esas transformaciones. Por el lado nacionalista, estaba la Sección Femenina, que se basaba en los ideales de la Falange, y que trabajaba en la asistencia especialmente a madres y niños, igual que lo hicieron Auxilio Social con sus secciones de apoyo al hogar, a la maternidad y al niño, al enfermo, y al mayor. Concluye Folguera que la guerra civil supuso un cambio drástico para las mujeres, porque surgió la necesidad de que se incorporaran todavía más a la esfera pública, y esto influyó “en la vida política y social del país”. (Folguera, 1997, p. 525)

### 3.2.2 España bajo Franco

#### 3.2.2.1 *El inicio del franquismo y de la postguerra (1939-1951)*

Cuando Franco firmó el final de la guerra el 1 de abril de 1939, la sociedad española se vio a punto de someterse a una dictadura definida por la represión, y cuya política nacionalcatólica volvería a separar a los sexos y devolvería a las mujeres a su esfera tradicional privada, cerrándoles de nuevo el mundo público al cual habían empezado a tener acceso durante la II República y la guerra civil, y la represión no trató únicamente de las mujeres. Durante mucho tiempo, hubo encarcelamientos masivos, asesinatos, “paseos” para condenar a muerte a republicanos o simpatizantes, fueran del sexo que fueran. Con las Leyes Fundamentales, estableciendo la religión católica como la única religión reconocida, y el matrimonio canónico como el único matrimonio válido, y anulando la legalidad del divorcio, del aborto, etc., el régimen creó dificultades legales para hombres y mujeres no católicos o sencillamente no practicantes, que no hubieran bautizado a sus hijos, o que se hubieran casado por lo civil o divorciado (y, peor aún, que se hubieran vuelto a casar). Sobre todo, estaba la imposición de la vuelta a los valores anteriores a la II República.

El régimen político decretó papeles sociales bien definidos para los dos sexos, atribuyéndoles características “naturales”, y por supuesto se vio fuertemente respaldado por la Iglesia (un respaldo mutuo). Describe Folguera (1997, p. 529)

“Se considera que hombres y mujeres poseen cualidades propias al tiempo que complementarias. En el hombre predominan las facultades mentales: la inteligencia, la reflexión, la mayor capacidad de comprensión y el dominio del pensamiento. La mujer, en la que dominan las llamadas facultades afectivas, representaba sin duda el arquetipo complementario del varón: el corazón, la intuición, el instinto, la preocupación por los detalles y la menor capacidad para la abstracción; en fin, la mujer representa el dominio del sentimiento y la sensibilidad. Asimismo, el hombre refleja las pasiones más vehementes: la valentía, el carácter, pero también estaba sometido a grandes peligros como era la indiferencia hacia las prácticas religiosas. La mujer, muy al contrario, representa la abnegación, la humildad, la piedad, el espíritu de sacrificio y la entrega a los demás. A partir del análisis de las cualidades de ambos, la Iglesia llega a la conclusión de que el hombre posee una superioridad física e intelectual que sin duda es complementaria de las virtudes de carácter afectivo y religioso que posee la mujer, por lo que no puede entenderse la familia sin ambos cónyuges, en la que ambos aportan cualidades y aptitudes que se complementan”.

Asumidas estas características, se dictó que la familia debía existir bajo la autoridad absoluta del varón, y que la mujer debía ser sumisa, pasiva, acogiendo y sometándose siempre a los deseos de su esposo y a sus hijos, sobre todo a los varones, una relación marcada por la subordinación y la dependencia completa por parte de la mujer, y de la autoridad incuestionada y la independencia por parte del varón.

Al varón se le asignó el papel de sustentador principal, mientras que a la mujer se le asignó el papel de esposa y madre, defensora de los valores familiares. Pero hay que destacar que el énfasis en estos papeles y en la importancia de la familia y de la procreación no tenía fines solamente ideológicos. La España de la postguerra sufría de la pérdida de un porcentaje notable de la población, y estimó que la única forma de recuperarse económica y políticamente – especialmente en términos de poder internacional – era a través del crecimiento rápido y amplio de la población. El discurso natalista llegó mucho más allá de la simple confirmación de la importancia de la familia como cimiento de la sociedad. El régimen creó subsidios y ayudas para las familias numerosas, destinadas en parte a impedir que las madres saliesen de sus hogares para buscar trabajos remunerados complementando los de sus maridos cuando estos últimos eran insuficientes para mantener a sus familias. En el caso de las mujeres solteras, vieron como los hombres devueltos de la guerra desplazaron a las mujeres que les habían sustituido, insistiendo que el trabajo apropiado y correcto para ellas se encontraba en la familia y el hogar, y no en el trabajo extradoméstico. “En cuanto a la ley de ayuda familiar de marzo de 1946, penalizaba el trabajo de mujer casada con la pérdida del plus familiar, considerando que ésta debía dedicarse plenamente a sus tareas como madre. De esta forma, el matrimonio constituía la única salida para millones de mujeres que en muchos casos habían conocido la independencia económica y personal durante la república y la guerra”. (Folguera, 1997, 528) Es decir que muchas españolas de esta época se veían obligadas a casarse y a formar familias – aunque no lo desearan – sencillamente para poder seguir adelante. De nuevo, el varón tenía su lugar en el ámbito público, entre el trabajo, la política, el deporte, etc., y la mujer se encontró estrictamente relegada al hogar y a la religión, es decir, a lo privado.<sup>4</sup> El régimen intentó hacer más aceptable esta situación al elogiarlas, venerando a las madres como las santas domésticas que decía que debían pretender ser. Para conseguir que las españolas se volcaran completamente en este

---

<sup>4</sup> No nos olvidemos del hecho de que la palabra “privado” también lleva el sentido de “privar” o “quitar”.

trabajo “femenino”, la enseñanza formal trabajó junta con agentes socializadores, como distintas órdenes religiosas femeninas o la Sección Femenina.

Otra institución por la que el régimen pretendía inculcar aún más sus valores era el deporte. El Decreto del 22 de febrero de 1941, “La dirección y el fomento del Deporte Español se encomienda a Falange Española Tradicionalista y de las J.O.N.S.”, supondría la disolución de gran parte de las agrupaciones deportivas establecidas por la Ley de Asociaciones de 1886, y dejaría la organización y la realización del deporte femenino en manos de la Sección Femenina. (Instituto de la Mujer, 1990, p. 46) El deporte en España se convirtió en un medio político hacia la mejora de la raza “española”, fomentando en los varones la competitividad, el liderazgo y las aportaciones activas, y a las mujeres en la armonía y la gracia. El deporte se consideraba un medio positivo y necesario para que tanto varones como mujeres realizaran de la forma más completa y preparada su vida y su deber a la Patria.

Durante esta época, los medios de comunicación estuvieron fuertemente controlados para exponer únicamente información halagadora del régimen y de sus valores, y de los que se aferraban a ellos. Este control reflejaría la perspectiva del Estado respecto de la Industria Cultural en España, comenzando con el decreto del 23 de diciembre de 1936, y siguiendo en pie en 1975, “Artículo 1: Se declaran ilícitas la publicación, el comercio y la circulación de periódicos, folletos y toda clase de impresos y grabados pornográficos o de literatura socialista, comunista, libertaria y, en general, disolventes...”. (Gubern, 1977, p. 279) Lo que publicó la prensa era asunto de la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda durante la guerra civil, que en la postguerra pasó a manos del Ministerio de Educación Nacional, y finalmente, a partir del año 1951, llegaría al Ministerio de Información y Turismo. (Gubern, 1977). Esta época vio el nacimiento del NO-DO (Noticiarios y Documentales), organismo estatal que serviría durante más de tres décadas para infundir en los españoles su ideología, bajo la premisa de informarles. Fruto de la Vicesecretaría de Educación Popular del 29 de septiembre de 1942, fue admitido en la resolución del 17 de diciembre, y anunciado en el Boletín Oficial del Estado (B.O.E.) del 22 de diciembre del mismo año. Aprovecharon que el pueblo español tendía a evadirse en el cine durante aquellos primeros años de hambre de la postguerra, transmitiendo las creencias falangistas como acompañamiento a aquellas películas permitidas por el Estado: “El régimen franquista se sirvió del NO-DO, durante años, para presentar una visión peculiar de España y del resto del mundo, con escasas posibilidades de contraste

por parte de los espectadores; la prensa y la radio estaban censuradas y controladas”. (Bello, 1999)

Sólo años después, los españoles pueden comprobar hasta qué punto fue fiel a esa idea lo comunicado y lo enseñado por el NO-DO. Explica Gubern (1977, p. 154) que “la libertad de expresión e información es la peor enemiga de las dictaduras y el arma que más temen, por su capacidad como estímulo de la reflexión y del pensamiento crítico de los ciudadanos”. No limitándose únicamente a la censura de los medios y de la información que recibía la población española del exterior, el Estado intentó fomentar sus valores a través de películas como *Raza*, obra básicamente autobiográfica, escrita por el mismo Franco en el año 1940 bajo el pseudónimo Jaime de Andrade, y estrenada sin mucho éxito en enero de 1942, y cuyos personajes principales incluían los cuatro hermanos Churrua. (Gubern, 1977) Según la descripción que Gubern ofrece de los personajes, la obra es tan androcéntrica como cualquiera que admitiría la censura falangista: los varones son el foco del argumento, teniendo la hermana su única opción vital aparente en forma del matrimonio. Películas de esta estirpe verían su auge a finales de los años 40, pero quedarían fuera de lugar una década más tarde, para una sociedad marcada cada vez más por la “tecnocracia” y el “consumismo”. (Gubern, 1977, p. 103)

El régimen se dispuso a pretender inculcar al pueblo español las creencias del Falange desde todos los ángulos posibles, especialmente dentro de la enseñanza formal. Para socializarles a las niñas y a los niños en estos valores, aparte de las enseñanzas dentro de la familia, se volvió a imponer la separación estricta de los sexos en las aulas, justificándola por razones morales y de eficacia pedagógica. Incluso se proclamó que el profesorado también debía ser del mismo sexo de los alumnos. La coeducación que se había comenzado a implementar durante la II República fue eliminada y sustituida también por la diferenciación de materiales de estudio, por sexo. De gran importancia era el aprendizaje de las niñas de las labores del hogar y de las cualidades que debían tener: obediencia y subordinación al varón (marido, padre o hijo). Para las niñas se abrieron escuelas de hogar y para las maestras las llamadas “escuelas normales”, todo con el propósito de enseñarle al sexo femenino las labores que se les atribuía. Respecto a aquellas jóvenes que sentían interés por estudios más avanzados, Herrera Oria expresó su preocupación:

“Estas muchachas van, con su libro debajo del brazo, más o menos mezcladas con muchachos, aunque de hecho la separación se haya verificado en los Institutos. Son muchachas que siguen la Segunda Enseñanza, muchas veces con aspiraciones a continuar los cursos universitarios. La realidad es que un tanto por cien reducido pasan a la Universidad. Las otras se encuentran convertidas en pequeñas intelectuales y sin una formación para la vida doméstica... Las niñas actuales no son como las antiguas. Antes se gloriaba de aprender a coser, bordar y hacer la cocina. Ahora todo eso lo desprecian, de manera que son muchísimas las muchachas que no saben ni coser un botón. ¡Quién se va a encargar el día de mañana del gobierno de la familia! En los quehaceres propios de la mujer ¿Va a ser el marido? Las consecuencias fatales para el hogar las ve cualquiera”. (Citado en Agullo Díaz, 1990, p. 23)

Como solución a esta situación, sobrecargaron el temario de las alumnas con disciplinas del hogar, y pasaron la enseñanza secundaria femenina a manos de órdenes religiosas femeninas. Para las pocas mujeres que accedían a la universidad, se suponía que iban sólo con el propósito de buscar marido o de “quedar bien” en la sociedad (estas últimas, normalmente jóvenes de clase media). El resultado fue una escasa representación femenina en las universidades españolas durante los años 40, y esa población universitaria femenina se concentraba en las disciplinas más tradicionalmente “femeninas” de las Letras. (Agullo Díaz, 1990)

Para el “sexo débil”, se creó la Junta Profesional de la Sección de Enseñanzas Profesionales de la Mujer, impulsándoles a las mujeres hacia profesiones supuestamente femeninas, como podían ser la enfermería y la confección. Las mujeres disponían de pocas otras opciones profesionales, ya que el acceso de las mujeres a la universidad estaba fuertemente obstaculizado, aunque no oficialmente prohibido. Los varones, en cambio, gozaban de la libertad social necesaria para realizar sus sueños educativos y profesionales. A ellos se les animaba a practicar la carrera profesional que quisieran, fuera de ingeniero, político o cocinero, ya que casi todos los trabajos eran considerados como “varoniles”. Pero aquí es muy importante notar que también es una forma de represión, la imposición de atributos como la dureza psicológica/emocional supuestamente masculina, o del mantenimiento económico de la familia. Los varones españoles también se veían fuertemente controlados por la Falange, a pesar de los beneficios que conllevaba el pertenecer a un estrato social relativamente privilegiado, como era el de varones sobre mujeres. Es decir, ellos tampoco tenían la libertad para dedicarse a criar a sus hijos o a



portarse con sensibilidad; de la misma forma que a las mujeres se les exigía sumisión y abnegación, a los varones se les exigía competitividad y autoridad “viril”.

Tal era el conjunto de valores – relativos al género – impuesto por el régimen franquista al pueblo español a partir del final de la guerra civil. Los mensajes transmitidos por las organizaciones estatales, por los medios de comunicación, no eran sutiles ni subliminales, ni daban rodeos. Decían directamente y muy reiteradamente (igual a como se ha hecho aquí), cómo debía ser y comportarse cada persona y qué debía esperar de su vida, todo sencillamente por haber nacido de sexo femenino o masculino. Y el régimen premiaba a quien se ajustase a los modelos propuestos, obstaculizando e incluso castigando a quienes se atrevieran a buscarse otro tipo de vida. Queda claro e indiscutible que el sueño de cada mujer debía ser el de ser buena esposa y madre, haciendo su aportación a la patria única y exclusivamente a través de la familia, sin cruzar el umbral del hogar, y el sueño de cada varón debía ser luchar por su familia y su patria, única y exclusivamente desde fuera del hogar.

#### 3.2.2.2 *La recuperación económica bajo la dictadura (1951-1975)*

Si el periodo de los años 40 supuso para España una depresión económica, además de un aislamiento político a un nivel internacional, sería la década siguiente la responsable de su lenta reincorporación al mundo. A pesar de haberse declarado estado neutral durante la Segunda Guerra Mundial, debido a su favoritismo de los regímenes de Alemania e Italia (que habían apoyado a los militares durante la Guerra Civil), la España franquista de la postguerra se vio terriblemente aislada del resto del mundo, e incluso fue condenada por los “aliados”, rechazada por la ONU, y abandonada por los embajadores extranjeros. Gracias al apoyo de países como Portugal y Argentina, España logró (o al menos intentó) apaciguar el hambre que pasaba su pueblo. Con el aislamiento de la URSS a partir del año 1950, España buscó aliarse con los Estados Unidos, creando un convenio en 1953, a través del cual ésta permitía la creación de instalaciones militares estadounidenses en territorio español a cambio de apoyo económico, militar y político. En el año 1955, España fue admitida en la ONU, y a partir de dicha incorporación, se fue uniendo a cada vez más organizaciones internacionales. (Roldan, 1992)

Además de ser marcada por el crecimiento político internacional, esta época se identificó con un importante desarrollo económico, tanto de tipo agricultor, como de tipo industrial y comercial, pero a un desarrollo sumamente descontrolado se le acompaña una

inflación descontrolada, y surgieron en España los primeros indicios fuertes de desacuerdo con el sistema. Entre huelgas de trabajadores y movimientos estudiantiles, empezaron a evidenciarse creencias y movimientos prohibidos - y silenciados hasta esas fechas – por la dictadura. Para la segunda mitad de los años 50, el pueblo español comenzó a discrepar cada vez más abiertamente con las decisiones tomadas por el régimen franquista. En los años 60, aumentó la actividad de los sindicatos y de la oposición política al régimen, y la dictadura acabó por tomar medidas (aunque considerados como débiles) de liberalización como la *Ley Orgánica del Estado* en 1966. Pero para principios de los años 70, la presión de los sindicatos, los políticos, los estudiantes, etc. hizo que el régimen impusiera aún mayores medidas de represión sobre el pueblo, y cuando murió Franco en 1975, hubo una gran incertidumbre respecto del futuro inmediato del país y de la sociedad española. (Roldan, 1992)

Durante esta etapa, España experimentó grandes cambios sociales, muy notablemente en los ámbitos de la política, el trabajo, y la enseñanza. Paralelamente hubo cambios radicales específicamente respecto a las mujeres, desde la calle y también desde el mismo mando franquista. Después de 20 años de seguir bastante rígidamente los modelos exigidos al sexo femenino por la dictadura, en los años 60 aumentaron en España los derechos legalmente concedidos a las mujeres y en su participación en el ámbito público de la sociedad, y por supuesto todo esto ligado a la llamada “segunda oleada feminista” que tuvo lugar en muchos países occidentales. Trabajaron los primeros grupos feministas españoles, como la Asamblea Democrática de Mujeres de Sant Medir, o el Movimiento Democrático de Mujeres, en paralelo con grupos de otros sectores sociales que luchaban en contra del franquismo, y juntando esto con importantes publicaciones por parte de feministas como Lidia Falcón (*Mujer y sociedad*, 1969), se llegó a asociarle al feminismo con dicha lucha. De hecho, en aquella época en España, considerando la política represiva de la dictadura sobre toda su población femenina, es difícil separar la búsqueda de la igualdad de derechos y tratamiento para los dos sexos, con la condena del régimen franquista. De todas formas, la sociedad iba dando pasos pequeños hacia esa igualdad – rompiendo poco a poco con los esquemas mantenidos por la Falange – aunque a veces sin siquiera la necesidad de presiones por parte de los grupos feministas.

Con la liberalización de la economía a principios de los años 60, “la necesidad de contar con todos los recursos humanos y financieros disponibles para afrontar lo que será el período de mayor expansión económica de la historia de España,” impulsó la Ley de

Derechos Políticos, Profesionales y de Trabajo de la Mujer de 22 de julio de 1961 que, “reconocía a las mujeres los mismos derechos que a los hombres para el ejercicio de toda clase de actividades políticas y profesionales, excepción hecha del Ejército de Tierra, Mar y Aire y aquellos “Institutos Armados o Cuerpos, Servicios o Carreras que impliquen normalmente la utilización de armas”“. (Folguera, 1997, p. 543) Esta ley supuso un logro sumamente importante en la adjudicación y el reconocimiento del derecho de las mujeres a trabajar y a ser elegidas para puestos públicos. (Folguera, 1997) Precisamente a partir del año 1960, se observa un crecimiento – al principio suave – de la población femenina española “activa”, pasando del 15% de la población femenina en edad de trabajar al 18% en 1970 (y luego al 23% en 1980 y al 33% en 1990 y hasta al 53% en 2014). (Alberdi, 1996)

La incorporación de las mujeres al mercado de trabajo no ha sido tan masiva ni tan comprometida en España como en algunos países vecinos del norte de Europa; es más, lleva una buena década de retraso respecto de ellos. Sin embargo, es un elemento de grandísima importancia para medir y estudiar el cambio social que se ha experimentado en este país en las últimas décadas. La sociedad española se vio obligada a abrirles paso a las mujeres al trabajo extradoméstico para mantenerse a flote. El gobierno no había prohibido expresamente todo el trabajo femenino fuera del hogar, sino que se lo había obstaculizado con medidas tanto de estigma social como burocráticas – como la necesidad de cumplir requisitos como la viudedad o insuficientes ingresos por parte del padre o del marido – así que tampoco llegaría a declarar oficialmente que las mujeres ya tuvieran la “libertad” como los varones de realizar el oficio que quisieran. Reconoció que las mujeres tenían tanto derecho como los hombres a ganarse la vida en caso de necesidad u oportunidad. Les quitó algunas de las medidas que se lo habían impedido, y aunque tampoco fuera objetivo del régimen, esto otorgaba a las españolas el derecho a la autonomía económica para las que trabajasen, lo cual les libró en cierta forma de la obligación de casarse para sobrevivir. Sin embargo, tras tanto tiempo socializadas para ello, por parte de instituciones como la familia y la enseñanza formal, incluso las mujeres que se encuentran libres para elegir sus profesiones eligen libremente aquellas que tradicionalmente se consideran más propias del sexo femenino, gracias a las enseñanzas de la escuela pública.

La idea de la segregación de los sexos para enseñar a las niñas y a los niños temarios diferenciados para que cada uno pudiera aprender su oficio aparece en la

legislación española en la Real Cedula de 11 de mayo de 1783. El objetivo de las escuelas franquistas no dista mucho de éste. Según la Ley sobre Enseñanza Primaria de 1945:

“Art. 11: Educación Profesional. La educación primaria orientará a los escolares según sus aptitudes, para la superior formación intelectual o para la vida profesional del trabajo en la industria y el comercio, o en las actividades agrícolas. La educación primaria femenina, preparará especialmente para la vida del hogar, artesanía e industrias domésticas. Art. 14: El Estado... prescribe... la formación peculiar de niños y niñas en la educación primaria”. (Citada en Flecha García, 1989, p. 90)

Sería al nivel universitario en donde las y los alumnos estudiarían y se examinarían juntos, y gracias al gran trabajo disuasorio del régimen y a los múltiples obstáculos que les ofrecía, pocas alumnas optarían por seguir el camino universitario. Sólo sería durante dichos años 60 cuando aparecerían leyes reconociendo situaciones en las cuales se justificarían las clases mixtas, como cuando la insuficiencia del profesorado o del mismo local de algún centro impidiera que niñas o niños realizasen su derecho a la educación. La Ley General de Educación de 1970 marcó el hito histórico en el tema de la separación de alumnas y alumnos, porque no hizo referencia explícita respecto de dicha obligación en los centros de enseñanza. Ya que no menciona la coeducación, tampoco la prohíbe, cosa que posibilita la reaparición de escuelas mixtas. (Flecha, 1989)

A esta ley le juntamos el famoso Libro Blanco que publicó el Ministerio de Educación y Ciencia en el año 1969, que dicta en el artículo 92:

“La política de la educación de la mujer se basará en los principios siguientes: La igualdad de oportunidades educativas sin discriminación por sexo. La idea de que una sociedad bien organizada exige que *todos* sus miembros realicen sus respectivas funciones de acuerdo con sus aptitudes e intereses. La convicción de que el trabajo de la mujer en el hogar, facilitado por el progreso tecnológico de los métodos de trabajo, permite incorporarse, cada vez en mayor medida, a un puesto de conformidad con su psicología y sus aficiones”; por otra parte, matiza más adelante, “Sin perjuicio de la igualdad fundamental de la educación para todos, alumnos y alumnas, en el proceso total de la escolaridad, la formación de la niña, la adolescente, la joven y la mujer, tendrá en cuenta sus características específicas para acomodar a ellas las intervenciones educativas, especialmente en lo que se refiere a las aptitudes estéticas y a su futuro papel en la familia y en la sociedad. Se impulsará la formación profesional femenina, especialmente en las ramas de la administración y de la industria que mejor se acomoden a la psicología de la mujer. Se procurará facilitar, a través de medios adecuados y actividades

encaminadas a la actualización de conocimientos, la reincorporación de la mujer al trabajo fuera del hogar, cuando sus circunstancias familiares lo hagan posible o necesario”. (Citado en Flecha García, 1989, p. 91-92)

Tras tanto tiempo manteniendo esta mentalidad dualista, resulta difícil librarse de un modelo fuertemente interiorizado que forma uno de los cimientos del régimen político de la Falange.

El deporte vería un cambio parecido al experimentado en la educación, en el sentido de que se comenzó a aflojar el control gubernamental en los años 60, pero la persistencia del modelo Falangista se reflejaba aún en el pensamiento de algunos. Durante esta época, gracias a sus contactos internacionales y a la aparición de deportistas femeninas de “élite”, España ya comenzó a ver una mayor participación femenina en alta competición internacional. Deportistas españolas se presentaron de nuevo a los Juegos Olímpicos en el año 1960, por primera vez desde la guerra civil. Ese mismo año, se levantó la prohibición del atletismo femenino en España. Las españolas empezaron a practicar más deportes, y se comenzó a reconocer públicamente tanto los logros de estas deportistas como sus nombres y profesiones como tales. Pero desde los estratos más altos de la sociedad deportiva – en su mayoría masculinos – seguía existiendo cierta reticencia hacia esta incorporación femenina al ambiente tradicionalmente masculino del deporte profesional y de élite. Incluso desde el Comité Olímpico Español, todavía se expresaba preocupación por los resultados masculinizantes del deporte en el comportamiento y la psicología femenina. (Instituto de la Mujer, 1990)

El comportamiento y la psicología de las personas españolas no interesaban únicamente en el ámbito deportivo. En los medios de comunicación durante esta época, se experimentó una serie de cambios muy importantes respecto de las formas de los medios, y de los modelos sociales presentados o representados en su contenido. Aparecieron en el cine estadounidense nuevos mitos (especialmente respecto a su sexo), como Marilyn Monroe – voluptuosa, pero refrescantemente natural y casi ingenua – y James Dean, que con su carita de niño despertaría por su papel en “Rebelde sin causa” a los impulsos “maternales” de chicas jóvenes de todo el mundo. Otras caras jóvenes que mantendrían vivo el mito sexual de la mujer-niña, incluirían del cine francés actrices como Brigitte Bardot y Leslie Caron. Sin embargo, explica Gubern (1977, p. 47-48), el *star-system* cinematográfico empezó a desplomarse ya en los años 60, por culpa del medio más nuevo de comunicación.

La televisión comercial nació en Estados Unidos en 1946, y aunque no llegó a España hasta 5 años más tarde, enseguida este medio comenzó a quitarle audiencia al cine. Aparte del hecho de que robó al cine algunos de sus actores favoritos, la verdad es que, pudiendo el público gozar de un espectáculo en la comodidad de su propia casa, sin tener que salir y comprar entradas para verlo, muchos preferían esta opción. Para el régimen, este medio también era más conveniente, en el sentido de que podía ejercer mayor control directo sobre el contenido producido y emitido por los canales españoles, en comparación con la necesidad de censurar todas las películas y publicaciones que venían de fuera. Además, existía una diferenciación interesante entre las personas que veían más la tele y las que frecuentaban los cines: por la televisión echaban una programación bastante “familiar”, lo cual atraía a personas más mayores y menos cultas, además de a familias, y en los cines había producciones a menudo más intelectuales, violentos o sexualmente explícitos, atrayendo a un público más joven y culto.

Las tiradas de publicaciones literarias/políticas/etc. más bien cultas – otra vez, las que se permitían – eran muy bajas, habiendo poco público para leerlas, procedente de la población universitaria y de algunas profesiones más liberales y más cultas, mientras que el consumo de fotonovelas, de discos populares de cantantes como Manolo Escobar y Raphael, y de películas del tipo de Alfredo Landa era altísimo. Es decir que la “cultura popular” de esta época seguía siendo en gran parte la propaganda por el Estado: la conservadora, patriarcal, androcéntrica y nacionalcatólica. Eran las personas más cultas y más jóvenes las que se interesaban y se atrevían a consumir e interiorizar otros tipos de mensajes, disponibles sobre todo a partir de los años 60.

Así, podemos considerar este segundo período bajo Franco como uno de cambio, primero económico, y luego político y social. Los mayores cambios respecto al género comenzaron durante los años 60, con la ayuda del pueblo, en forma de movimientos político, laboral, social, y sobre todo feminista, y del gobierno, en forma de cambios legislativos laborales y educativos. Los varones españoles siguieron con la obligación social de trabajar para sostener a la familia, mientras sus compatriotas mujeres tentativamente comenzaron a invadir el espacio público que siempre había sido considerado masculino. Las mujeres españolas se encontraron con nuevas posibilidades profesionales y personales, cargando con el equipaje emocional que supone haber crecido en una sociedad que les había obligado a adoptar e interiorizar papeles de sumisión, dependencia y silencio. Ellas buscarían algo más que el matrimonio y la maternidad,

quizás como una carrera universitaria, para realizarse como personas o una profesión de mayor ambición, voz o prestigio que la típica administrativa, aunque viéndose casadas y con hijos a largo plazo; ellos buscarían mayor satisfacción personal en su vida, en vez de convertirse únicamente en máquinas del trabajo remunerado y soldados para la Patria.

### 3.2.3 La transición y la democracia (1975-1996)

Tras la muerte de Franco, se consolidaría la recuperación de todo lo perdido en más de 30 años de estancamiento social. El régimen franquista había impuesto durante todos aquellos años una serie de valores y prácticas tan represivas como anticuadas, y aunque en España se había experimentado ciertos cambios importantes hacia finales del gobierno del régimen, la sociedad española llevaba un fuerte retraso respecto de sus vecinos. Al principio de la llamada época de “transición”, hubo temor respecto del futuro inmediato del país. En realidad, no hubo explosión de cambios sociales que cabría esperar de una sociedad fuertemente reprimida, que de repente se ha encontrado en relativa libertad, o al menos no de inmediato. Sería de forma algo más dubitativa que los españoles comenzarían a adoptar las prácticas y creencias más modernas e igualitarias que reflejaban los cambios sociales ya experimentados en gran parte del mundo industrializado occidental.

Esta época ha sido marcada por acontecimientos y momentos de gran importancia en la historia reciente de la política y la economía de España, como el hecho de que, el 22 de julio de 1969, Franco había nombrado a Juan Carlos de Borbón sucesor legítimo al trono español, acto que restauraría la monarquía una vez ausente. Podemos considerar el frustrado golpe de estado del 23 de febrero de 1981 como reflejo del ambiente de incertidumbre político y social que aquí reinó desde antes de la muerte del Caudillo hasta bien pasada la victoria del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en octubre de 1982. Y es que hubo mucha confusión e inestabilidad política durante la “transición”. De hecho, el régimen franquista no terminó realmente hasta el 15 de julio de 1977, casi dos años después de la muerte del dictador. Adolfo Suárez triunfó en las elecciones a Presidente del Gobierno en 1978, para luego dimitir en febrero de 1981, justo antes de dicho alzamiento militar. Quizás lo que mejor ha sobrevivido esa época de asentamiento político en España fue la Constitución, promulgada el 6 de diciembre de 1978, y que sigue vigente hoy en día. Este documento legalizó los partidos políticos republicanos, con tal de jurar ellos fidelidad y lealtad a la corona. Ayudó a suavizar la lucha antigua entre monárquicos

y republicanos, ofreciéndoles la posibilidad de una sociedad republicana en un orden monárquico.

El mismo documento también estableció o reconoció la igualdad jurídica y no-discriminación para los ciudadanos españoles, fueran del sexo que fueran, lo cual ha dado lugar a una organización de la mayor importancia para este estudio: el Instituto de la Mujer. Creada en octubre de 1983, este Organismo Autónomo del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales tiene como objetivo “promover y fomentar las condiciones que posibiliten la igualdad social de ambos sexos y la participación de la mujer en la vida política, cultural, económica y social,” y supone un soporte poderoso de programas universitarios, políticos y sociales de apoyo a las mujeres en España y fuera. (Instituto de la Mujer, 1997) Realiza, subvenciona y gestiona estudios sobre, por y para las mujeres, a la vez que colabora con otras organizaciones públicas y privadas españolas y de otros países en asuntos relacionados con las mujeres, difundiendo los resultados de sus investigaciones a los medios de comunicación y a otras entidades públicas para fomentar un trato más igualitario y menos discriminatorio de los dos sexos en todos los ámbitos de la vida. Publica series de investigaciones, jornadas y seminarios que financia y patrocina, además de guías y cuadernos divulgativos y bibliográficos, y sus variadas campañas publicitarias hacia una igualdad real. El Instituto de la Mujer está dedicado a la causa de pretender eliminar en esta sociedad las desigualdades por sexo, pero nació durante un momento de cambios políticos y económicos realmente históricos.

Una de las noticias económicas más importantes de esta época ha sido la entrada de España y Portugal en la Comunidad Económica Europea o Mercado Común en el año 1986. En parte gracias a las buenas relaciones de Felipe González con los demás líderes europeos, se convenció a la CEE y al mismo pueblo español que sería capaz de estar a la altura de sus países socios, y que su ingreso supondría un beneficio, y no un lastre, para todos los involucrados. Tras años de recesión, marcadamente en el año 1981 – cuando España experimentó un incremento drástico del 4 al 14%, aproximadamente, en las tasas de paro, un crecimiento negativo del Producto Interior Bruto (PIB), y una inflación alrededor del 15% - la aceptación de la CEE fue un gran logro económico para España. Juntamos a esto el ingreso de este país a la OTAN en 1982, una alianza siempre polémica para la sociedad española. Igual que durante los años 50, se experimentaría en los años 80 unos cambios económicos y políticos – a niveles nacional e internacional – sumamente importantes para su desarrollo, también social.



Una de las instituciones que más cambios han experimentado en esta época – en general y también respecto a las relaciones de sexo y género – es la educativa. En el artículo 27 de la Constitución Española, se reconoce el derecho fundamental a la educación, y que “la enseñanza básica es obligatoria y gratuita” para todos, sin hacer distinciones por el sexo del individuo. (Rivière Gómez et al., 1988, p. 9) Según la Ley Orgánica, la L.O.D.E. 8/1985 de 3 de julio, designada para explicitar legalmente este último artículo,

“La actividad educativa, orientada por los principios y declaraciones de la Constitución, tendrá, en los centros docentes a que se refiere la presente Ley, los siguientes fines: a) El pleno desarrollo de la personalidad del alumno. b) La formación en el respeto de los derechos y libertades fundamentales y en el ejercicio de la tolerancia y de la libertad dentro de los principios democráticos de convivencia. c) La adquisición de hábitos intelectuales y técnicas de trabajo, así como de conocimientos científicos, técnicos, humanísticos, históricos y estéticos. d) La capacitación para el ejercicio de actividades profesionales. e) La formación en el respeto de la pluralidad lingüística y cultural de España. f) La preparación para participar activamente en la vida social y cultural. g) La formación para la paz, la cooperación y la solidaridad entre los pueblos”. (Rivière Gómez et al., 1988, p. 11)

Poco tienen que ver estos fines con los del sistema educativo español durante la dictadura.

Bajo estos supuestos, la faz de la enseñanza en este país ha visto un cambio drástico. Ha crecido en la sociedad española la importancia de la educación formal, a todos niveles, y especialmente entre las alumnas. Las tasas de escolaridad desde EGB, hasta BUP y COU (ahora la ESO y el Bachillerato) y la universidad han subido, mientras las tasas de analfabetismo han bajado de forma notable, y otra vez especialmente entre las mujeres. En la enseñanza superior, el cambio es impresionante: entre 1975 y 1990, la población universitaria literalmente se duplicó desde 509.303 hasta 1.093.086 alumnas y alumnos. Es más, las universitarias pasaron del 36,7% del alumnado total hasta el 50,7% en este mismo periodo. (Guerrero, 1996)

A través de estudios realizados por el Estado, como la Estadística de la Enseñanza en España, el Anuario de Estadística Universitaria, o la Encuesta de Población Activa, Guerrero analizó las últimas tendencias educativas de su época, según el sexo del sujeto, llegando a conclusiones interesantes. Por ejemplo, “se tiende a orientar a los chicos hacia estudios más prácticos y de más rápida o factible colocación; mientras que a las chicas se

las encamina hacia enseñanzas que, aunque impliquen periodos más largos de escolaridad, tengan una mayor respetabilidad social, sin importar tanto su rentabilidad inmediata”. (Guerrero, 1996, p. 81) A pesar de que ahora las alumnas estudiaban durante más tiempo que los chicos, éstas seguían eligiendo caminos educativos más tradicionalmente “femeninos” que no llevan directamente ni inmediatamente hacia profesiones como lo hacen los caminos que elegían los alumnos varones.

Esta misma tendencia restante de tiempos franquistas (y anteriores) se ve claramente reflejada en la elección de carreras en las universidades españolas. Las y los alumnos universitarios todavía se veían (y se ven) fuertemente influidos por la tradicional “adscripción genérica” de disciplinas que empareja lo masculino con las ciencias y la tecnología, y lo femenino con las letras y las humanidades. De hecho, incluso en el siglo XXI, la mayoría femenina en las humanidades y ciencias de la salud sigue contrastando con la minoría femenina en las ciencias exactas y naturales, la ingeniería y la arquitectura. Las brechas se están cerrando, pero a un paso muy lento.

¿Por qué permanecen estos estereotipos a pesar de tantos cambios sociales? Mucho puede tener que ver con los efectos de lo aprendido en las aulas. El “bombardeo” de los valores de la Falange a través de las escuelas españolas de la dictadura ha dejado secuelas visibles en las creencias – quizás inconscientes – de quienes crecieron bajo ella, y a su vez, de la siguiente generación. Si desde la ley del 1970, se han aprobado otras leyes cada vez más igualitarias, desde esas fechas se han tomado medidas cada vez más importantes para cambiar el contenido de lo enseñado en las escuelas para poner en la práctica la nueva política educativa. Se realizan esfuerzos para que las disciplinas enseñadas desde infantil hasta la universidad se presenten desde el principio de forma que no hagan distinción por sexo, raza, religión, etc. Los mismos materiales se revisan con el fin de dejar atrás el sexismo patriarcal represivo de antaño. Sobre todo, se van educando a los docentes para que instruyan a sus alumnos de forma no discriminatoria, proponiéndoles a todos las mismas oportunidades y expectativas. Los resultados de estas medidas son dramáticos, como en el caso de las tasas altísimas de escolarización de mujeres y de su incorporación a un mundo que ahora deben compartir los varones con ellas.

Sin embargo, según Subirats, hacia el año 1990, los resultados aún distaban de su objetivo, quedando un elemento sexista en la enseñanza en España, de lo más influyente y poderoso a la vez que difícil de reconocer y de corregir. En estudios que realizó en

escuelas de Cataluña, detectó tendencias sexistas en los colegios en el tratamiento personal de los maestros a sus alumnas y alumnos, incluyendo una atención mayor a los niños, dirigiéndoles más palabras a ellos que a sus compañeras, y sobre todo respecto de su comportamiento. Posiblemente resultando de esto, observó una participación más minoritaria por parte de las alumnas (de primaria) en comparación con sus compañeros. Los docentes utilizaron más verbos con los niños, y los verbos que utilizaron con las niñas tienden a indicar interacción personal. También utilizan más adjetivos, diminutivos y superlativos con ellas que con ellos. Quizás lo más interesante fue la observación de que los docentes tendían a atribuir a las y los alumnos comportamientos diferenciados por sexo que en realidad no demostraban, y que también hacían comentarios sutiles negativos respecto de comportamientos que encajan con estereotipos femeninos como de cursilería, sin hacer ninguna valoración sobre los estereotipos masculinos ni sobre los comportamientos de los niños. (Subirats, 1990)

A las mujeres se les exige ciertas características y comportamientos considerados como femeninos, aunque son precisamente éstos los que les condenarán a un papel y un valor secundario de por vida. La adquisición de propiedades tan apreciadas como las “masculinas” supone cierta contradicción para ellas, ya que se consideran contrarias, o al menos complementarias, a su “naturaleza”, pero parece ser la única forma de cobrar protagonismo y prestigio en una sociedad que sigue mostrando rasgos muy sexistas en sus creencias. No es sorprendente, entonces, que las actividades y los ámbitos considerados como masculinos, como el trabajo remunerado, cobraran tanta importancia para las mujeres. De hecho, entre 1987 y 1993, del millón trescientas setenta y cuatro mil personas que se unieron a la población activa española, el 90% eran mujeres. (Guerrero, 1996)

Por otra parte, las proporciones de varones y mujeres en las distintas profesiones van cambiando, pero esto también de forma lenta, a medida que se van incorporando al mercado de trabajo personas más jóvenes, nacidas y crecidas bajo un Estado democrático y cuya perspectiva es más igualitaria y menos patriarcal. Esto no quiere decir que los varones y las mujeres ganen lo mismo por el mismo trabajo, y este hecho sigue suponiendo un gran obstáculo hacia la igualdad real de las personas. Hoy en día la brecha salarial entre hombres y mujeres sigue suponiendo un problema. Son menos llamativos los datos sobre los varones en el mercado de trabajo en España. Casi 2 millones de mujeres se incorporaron a la población activa desde principios de los años 70 hasta

principios de los años 90, mientras que la población activa masculina se mantuvo relativamente estable. (García de Cortázar, 1996) Claro está, los varones apenas se han movido desde su lugar designado, mientras las mujeres han empezado a ocupar tanto la esfera pública como la privada. Pero a pesar de tanto cambio social, los varones aún parecen ser los últimos responsables de la manutención de la familia, y todavía resulta algo chocante el concepto de padre/amo de casa.

En cambio, el deporte vuelve a ser un indicador importante de cambio social. Durante los años 60, el deporte femenino comenzó a recibir reconocimiento público, y las mujeres empezaron a practicar deportes más competitivos; los años 70 supusieron una continuación de este proceso gradual, con cada vez más deportes y mayor participación femenina en ellos. Pero, sería a partir de los años 80 cuando los deportes en España realmente demostrarían una tendencia hacia una institución no diferenciada por sexo. En esta época, las deportistas españolas llegaron a participar ya en casi todos los deportes y competiciones nacionales e internacionales. En el año 1981, eligieron por primera vez “mujeres como miembros del Comité Olímpico Internacional en el Congreso de Baden-Baden”. (Instituto de la Mujer, 1990, p. 92) Los premios para las deportistas de élite empezaron a cobrar un valor más cercano a los premios ofrecidos en competiciones masculinas: en el año 1984, Martina Navratilova había ganado más dinero en premios que cualquier tenista varón. Diez años más tarde, Arantxa Sánchez Vicario sería número 1 del mundo del tenis. Quizás lo más interesante de esta época es la introducción de modalidades completamente distintas de deporte y de una especie de culto al cuerpo que cambiaría de forma marcada el papel y la importancia del cuerpo en la sociedad en general.

Por una parte, se hicieron populares muchos deportes de riesgo, como la escalada, el *puenting*, el piragüismo y el rafting, el parapente, la bici de montaña, el barranquismo, la espeleología... Por otra parte, básicamente por razones de salud y de estética, nuestra sociedad admitió con los brazos abiertos una serie de formas de gimnasia que no tienen nada que ver con el deporte más tradicional: han llegado a estar de moda gran número de prácticas de gimnasio como el culturismo o la musculación, el yoga, el aeróbic, el *step*, el mantenimiento, el tae-bo, el gim-jazz, el spinning, el judo, el tai-chi, etc., todo con el propósito imprescindible de “ponerse en forma”, como nos recuerdan incesantemente las revistas de moda. Aunque muchas de estas primeras modalidades se dirigieran a varones, y muchas de las últimas a mujeres, ahora se encuentran a deportistas de ambos sexos

practicándolas todas. Entonces queda por eliminar la tendencia a menosvalorar el deporte femenino a la vez que sobrevalorar el masculino.

Otro enfoque del cambio ocurrido en España son los “itinerarios vitales” de educación, trabajo, nupcialidad y fecundidad que estudiaron Marí-Klose y Nos Colom. Este estudio supone una verificación o prueba de hipótesis que se podrían considerar lógicas sobre las actitudes y comportamientos de las mujeres españolas de dicha época respecto de estos temas. (Marí-Klose & Nos Colom, 1999) La investigación presentada demuestra que, efectivamente, las mujeres españolas del final del siglo XX se ven motivadas por estas ideologías diferenciadas (según su edad) a la hora de tomar decisiones respecto de sus itinerarios vitales. También influyen en esas decisiones factores como el nivel de estudios, el estado civil, el número de hijos, la ocupación profesional, etc., e igual que con el factor edad, la influencia de éstos se demuestra tal y como cabría esperar. Existe una fuerte conexión entre las mujeres de más edad, casadas, con menos nivel de estudios, mayor número de hijos, ocupación de ama de casa... y las creencias más de acuerdo con aquellas promocionadas durante el franquismo, como la idea de la maternidad como única forma de sentirse mujer. También existe una relación importante entre las mujeres jóvenes y hasta de mediana edad, solteras, con mayor nivel de estudios, menor número de hijos, ocupación profesional... y las ideas más “modernas”, como la creencia que tanto la mujer como el hombre debe aportar económicamente al hogar.

Los estudios que analizan Marí-Klose y Nos Colom son muchos, y cubren un amplio temario que afecta a las mujeres españolas en sus “itinerarios vitales”, viendo de qué forma interactúan los factores como edad, estudios (y los de la madre), religiosidad, ocupación profesional, estado civil, ingresos familiares, número de hijos, edad de matrimonio y de tener hijos, etc., todo sobre sus opiniones y sobre las decisiones que toman. Concluyen que, aparte del hecho de que la opinión no es igual que el comportamiento – la opinión pública habitualmente cambia más rápidamente que el correspondiente comportamiento – España está experimentando un cambio estructural social, a través de las instituciones familiar, laboral y educativo, que regulan “los procesos de socialización, reproducción y cambio social”. (Marí-Klose & Nos Colom, 1999, p. 101)

Este cambio, en el ámbito de la familia, lo denomina Inés Alberdi de una “estructura de relaciones familiares tradicional” a una “estructura de relaciones familiares legal-

racional”. La primera está basada en la dependencia de la mujer al hombre, mientras que la segunda se basa en la reciprocidad y la igualdad. La antigua – asociándole también a la estructura social en los ámbitos educativos, laborales, etc. – se basa en criterios de “edad, sexo y de status social”, mientras que la nueva se basa en criterios de “adecuación, preparación y mérito”. (Alberdi, 1996, p. 44) Al asociar las formas de “dominación, dependencia económica, psicológica y moral” que han marcado nuestra estructura social hasta ahora con la demografía, los cambios demográficos que la sociedad española ha experimentado en las últimas décadas son un indicador de esos cambios estructurales hacia una vivencia que ofrece relaciones más recíprocas e iguales. (Alberdi, 1996) La concesión de una autoridad absoluta a un individuo sobre otro por nacer de un sexo u otro no cabe en este nuevo concepto de familia y de sociedad. En esto estarán de acuerdo muchas de las organizaciones, movimientos y programas universitarios “feministas” que se han ido formando en la sociedad española desde la transición – en particular durante los años 80 – como el Centre d’Investigació Històrica de la Dona de la Universitat de Barcelona los Estudios de las Mujeres de la Universidad Autónoma de Madrid, el Instituto de Investigaciones Feministas de la Universidad Complutense de Madrid, acompañados por personas ilustradas de la filosofía, la filología y las ciencias sociales como Celia Amorós, Amelia Valcárcel, Inés Alberdi, Alicia Puleo, o Mary Nash, entre muchas más.

Estos cambios también están relacionados con numerosas medidas políticas y legislativas de los dos grandes partidos políticos (PSOE y PP), a favor de los derechos de las mujeres, no sólo al empleo, sino relativos a la familia y la sexualidad. Destacan algunas medidas especialmente significativas, como el permiso de maternidad/paternidad, el derecho al aborto, el acoso sexual... Además de este tipo de medidas, se redactaron y pusieron en marcha los primeros planes de igualdad de oportunidades (1988-1990, 1993-1995) que fueron importantes en parte porque suponían la primera ruptura con la tradición franquista. Explican Alonso y Furio (2007, p. 20) también que estos planes tenían objetivos globales, que

“puesto que la discriminación de las mujeres lo era, lo que se buscaba combatir y eliminar requería impulsar acciones en todas las áreas de actuación pública. Por otro lado, también era una novedad el hecho de cambiar la situación de las mujeres requería un compromiso de todos los agentes sociales y una modificación de la conducta y la organización socioeconómica que mantiene y/o genera la situación de discriminación”.

En el día a día, observamos que esta tendencia lenta hacia dicho modelo se aprecia también en los medios de comunicación de masas, que son tanto producto como productor y reproductor de los valores de la sociedad. Están las mismas imágenes que nos proporcionan de varones y mujeres, que aparecen en todos los medios: la prensa, el cine, la radio, la televisión, e incluso en los nuevos medios como a través de Internet, y que pueden resultar especialmente degradantes para las mujeres. Los más altos directivos y responsables de las decisiones más importantes respecto del contenido de los medios siguen siendo hombres. Por esto es lógico que reflejen una perspectiva masculina, y no resulta sorprendente que sigan perpetuando los valores sexistas y discriminatorios que han dominado la sociedad española desde hace tanto tiempo.

El cine, puede considerarse un mundo entero, ya que las fuentes son múltiples e internacionales, siendo de origen estadounidense el mayor volumen de películas visibles en los cines españoles. Por esta razón, indagaremos en este medio a la hora de hablar específicamente de Disney. De todas formas, es importante notar que, igual que en los demás medios, se observa en el cine cómo aparecen cada vez más personajes femeninos independientes, ambiciosos y fuertes, pero a menudo éstos desgraciadamente todavía carecen de autoridad, o de existencia individual (sin calificarles primero por su papel respecto a otro personaje que cobra más importancia por ser masculino), o de características lógicas y razonables. También es interesante destacar que el medio a través del cual más se visiona el cine (durante esta época) es la televisión, por canales locales, regionales, nacionales o de pago, o usando aparatos de vídeo o DVD) Además, el uso de estos últimos implica – especialmente en el caso de los niños – una tendencia a repetir una vez tras otra escenas individuales o películas enteras, al gusto del espectador, y esto nos es de gran interés por la influencia que puede ejercer un mensaje repetido enésimas veces. Esta libertad de visionado es la ventaja que tiene un aparato así sobre el cine y la televisión. (Brooksbank, 1997)

La diferenciación de la programación televisiva en España es evidente: la televisión matutina, normalmente dirigida a mujeres amas de casa, incluye telenovelas o “culebrones”, documentales, y programas de *talkshows* habitualmente presentados por mujeres, que en una tarde cubren varios temas referentes a la salud, la moda, el amor, “sucesos”, etc., mientras los programas que echan por la tarde, normalmente dirigidas a personas que estudian o trabajan (es decir, jóvenes y varones), incluyen las noticias, películas y programas de intereses políticos, económicos o cinematográficos. Respecto

del contenido de los programas televisivos, todavía aparecen personajes femeninos estereotipados, especialmente en la programación dirigida a una audiencia mayor de edad. Aunque no representen amas de casa sumisas y abnegadas, estos personajes tienden a tener poca autoridad, poca razón, o poca voz, en comparación con los personajes masculinos. De hecho, a menudo el interés que ofrecen para la audiencia se basa en su físico en vez de su capacidad mental, su personalidad o cualquier otro aspecto de su persona. Tanto en programas ficticios y publicidad como en las noticias, se presta una atención desmesurada al físico de las mujeres, y relativamente poca a el de los varones. Hasta a reporteras y presentadoras de noticias, se les exige “buena presencia”, cosa que no se les pide por igual a sus compañeros varones. (Alba, 1997, p. 41)

Además, los personajes femeninos que aparecen en la televisión no suelen desempeñar roles que quiten a los varones de sus puestos de mayor importancia, como pueden ser en la industria o la economía. Tampoco representan ni campesinas, ni feministas, ni catedráticas, ni personas poderosas o con algo por decir, o realmente representativas de la población femenina española actual. (Alba, 1997) Según esta autora, la televisión perpetúa los estereotipos que entiende su tradicionalista dirección patriarcal como propios de las mujeres, y de los varones.

La publicidad en esta época presenta lo que llama Alba las “mujeres diseño”, que compara con un robot:

“Parece que sólo exista la supermujer, desenvuelta, dinámica, no gorda, heterosexual siempre, eficaz y ahorradora ama de casa pero que también trabaja fuera, come con ejecutivos, vuelve a casa a ponerse un vestido monísimo para salir a cenar con su jefe, acuesta los niños, perfuma el ambiente del cuarto de baño, lleva el ultimísimo peinado, toma el sol con protectores, está sonriente, siempre cariñosa, seductora e inteligente. Y por la noche se siente limpia con una compresa y segura con su desodorante. Lo demás no importa. Esta representación de “roles” nos hace un flaco favor al colectivo femenino ya que fomenta una imagen sesgada y unilateral de las mujeres. Y esto es incurrir en error. No interesa ni su formación, ni su cualificación, si habla idiomas, si siempre soñó con ser diputada o ministra, si sabe telemática, si es licenciada o se dedica a la solidaridad internacional, por decir algo. ¿Dónde está la representación de las jóvenes o las trabajadoras que están en continuo movimiento, o las estudiantes – que representan ya más del 50% del alumnado –? ¿Tienen esas mujeres-modelo-publicitadas algo que ver con la mujer real que vive y trabaja diariamente? ¿No respondería esa imagen a la fantasía masculina que desea mujeres así? ¿Es nuestro modelo, o, es su modelo? Realmente nos trivializan. Si creemos de verdad que mujeres y hombres tienen



iguales derechos, debemos fomentar que se les reconozca un mismo papel social. Iguales en inteligencia, estudios, iguales en aspiraciones y deseos, iguales en las posibilidades de acceder a tareas de igual valor. Los estereotipos sexistas que se nos sugieren desde la publicidad suponen un freno a la igualdad de oportunidades, meta ésta de una sociedad auténticamente democrática”. (Alba, 1997, p. 36-37)

Saca a la luz el carácter irreal y perjudicial de la publicidad para las mujeres, pero el Instituto de la Mujer da un paso más allá, creando en 1994 el Observatorio de la Publicidad, con el propósito de recoger “las denuncias de la ciudadanía sobre los mensajes discriminatorios difundidos en los diferentes soportes mediáticos, promoviendo su rectificación o retirada, convirtiéndose con ello en una herramienta muy útil para fomentar el cambio de actitudes en emisores, difusores y receptores de la comunicación”; el fin de este órgano es el de ayudar a proporcionarles a las personas (y a las mujeres en particular) un trato igualitario, basándose en el artículo 14 de la Constitución Española, y en el hecho de que “El Instituto de la Mujer está legitimado para actuar de oficio, si fuera necesario, contra todo contenido discriminatorio detectado en los medios de comunicación, pero desde este se trabaja más por la sensibilización de los distintos agentes implicados en el proceso comunicativo”. (Observatorio de la Publicidad, 1999, p. 1-2) El resultado de esta pequeña llamada a la movilización ciudadana es que cada año hay más denuncias, y más variedad de denunciantes. Este hecho implica un crecimiento del interés – ya no sólo de mujeres jóvenes, trabajadoras e independientes – en conseguir un tratamiento igualitario por parte de los medios de comunicación.

Según Brooksbank, gran parte de los críticos opinan que los medios en España de finales del siglo XX presentan una imagen social que no corresponde a la realidad al no reconocer ni representar los avances de las mujeres. Para otros, los medios sí nos enseñan hasta donde llega el poder de la cultura patriarcal, lo cual deja muy perjudicadas a las mujeres, y que para que los medios de comunicación de masas lleguen a representar a la sociedad de una forma no sexista ni discriminatoria, tienen que controlar los puestos más importantes personas dotadas de perspectivas feministas que combatan contra las fuerzas restantes del patriarcado. (Brooksbank, 1997) Como ha destacado el Instituto de la Mujer en sus “Estudios en el Marco del Programa de Acción Comunitario para la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (1996-2000)”, España lleva retraso en comparación con sus vecinos en los estudios realizados sobre temas de género en los medios de comunicación. Estos medios claramente reflejan el estado de las relaciones entre varones y mujeres en esta sociedad, aunque esto implique reconocer el poder

androcéntrico que todavía reina. La autora está convencida de que, con el tiempo y el esfuerzo, con la colaboración implícita en este tipo de estudio (de la Unión Europea), y con medidas como las que toman organizaciones como dicho Instituto, llegaremos a ver una representación más igualitaria de los géneros en los medios de comunicación, lo cual indicará un estado real más igualitario.

### 3.2.4 La consolidación democrática en una sociedad globalizada (1997-presente)

En los últimos veinte años se ha seguido los pasos de la transición, hacia la igualdad efectiva de género, pero con un aliciente añadido: el impacto de las nuevas tecnologías. Las primeras empresas ISP surgieron a finales de los años 80, y los primeros servidores y buscadores de web se estrenaron durante los años 90. Durante este periodo, los teléfonos móviles se usaron solamente en los negocios, los ordenadores portátiles eran grandes y pesados, la mayoría de los hogares no disponían siquiera de ordenadores, y las redes sociales aún no existían. De hecho, el boom tecnológico no ocurrió hasta principios del siglo XXI, y los cambios más significativos tuvieron lugar en un espacio corto de tiempo, incluyendo la Web 2.0 en el año 2004, más la comercialización de ordenadores y otros tipos de hardware diseñados para el consumidor particular, las mejoras en la tecnología del acceso y del almacenamiento, la invención de Ethernet, luego la conexión a Internet de mayor velocidad y mayor cobertura de conexiones, a precios más asequibles, y la creciente percepción de los ordenadores como herramientas útiles de cara a la comunicación, el nacimiento de las redes sociales y las colaboraciones internacionales, como Wikipedia. ([https://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_the\\_Internet](https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_the_Internet)) Muy poco después (a partir del año 2007, aproximadamente), empezó el verdadero auge en el uso de los teléfonos móviles, lo cual ha supuesto un cambio previamente inimaginable respecto a la facilidad de la comunicación entre las personas a nivel global.

Efectivamente, este acceso tan fácil a los medios de comunicación y a las gentes de todo el mundo, forma parte de la globalización que ahora vivimos, y tiene un efecto de la mayor importancia: disponemos de un acceso gratuito (o barato) prácticamente inmediato a la información que deseemos obtener, de cualquier sector que nos interese, mediante nuestros ordenadores, portátiles, tablets, móviles... estemos dónde estemos, mientras haya wifi o datos y cobertura. Esta nueva realidad nos ha acercado – no sólo a los estudiantes, sino también a cualquier persona con acceso a Internet – a un volumen de información en tiempo real, más unas herramientas potentísimas para analizar esa información automáticamente, reemplazando el papeleo que podía tardar

semanas/meses/años en recopilarse y analizar. Esto ha facilitado el trabajo a aquellas personas que trabajan en la investigación (en la enseñanza o el periodismo, por ejemplo), mientras también ha supuesto el ajuste correspondiente de las expectativas en cuanto al trabajo producido y el tiempo necesario para producirlo.

Como consecuencia, hemos observado un volumen mucho mayor de bibliografía – aunque sólo sobre nuestro objeto de estudio o campos afines – producida en los últimos 10 años, que en los 30 años anteriores. Por otra parte, parece que esta bibliografía está muy cuidada – al menos en el caso de la información procedente del Estado – consciente de su alcance y de la facilidad que se tiene en acceder a ella. Se exige un nivel de transparencia que seguramente no existía antes, porque ahora todo está expuesto en la nube, o en la red, y cualquier error sería fácilmente identificable por un lector cualquiera, posiblemente dando lugar a graves problemas. Considerando este aspecto de nuestra realidad actual, observamos que los ciudadanos somos mucho más partícipes ahora, en cuanto a temas políticas/económicas/sociales – o específicamente en cuanto a la búsqueda de la igualdad efectiva de género en España – porque podemos expresar nuestras opiniones o nuestras exigencias al respecto muchísimo más fácilmente que hace sólo 20 años.

De cara a nuestro estudio, esto ha implicado tanto facilidad como dificultad, precisamente por el volumen tan grande de documentos relacionados. Por el lado positivo, encontramos trabajos con muchos datos pertinentes juntos. Como ejemplo, y volviendo al tema de los esfuerzos por el Gobierno de España por alcanzar la igualdad de género, Alonso y Furio (2007) citan más medidas al respecto: sobre la conciliación vida laboral y vida familiar, la violencia doméstica y hasta el orden de los apellidos de los hijos. También enumeran las áreas prioritarias de las medidas de la IV Plan de Igualdad de Oportunidades (2003-2006), el más reciente a la hora de la publicación de su trabajo. Éstas componen la inclusión del *mainstreaming* en las políticas públicas; la igualdad de género en la vida económica; la participación igualitaria en la toma de decisiones, incluyendo todos los ámbitos de la sociedad y las Administraciones Públicas; la mejora de la calidad de vida de las mujeres, incluyendo la salud, la educación, la cultura, and referente a la pobreza y la exclusión social; la promoción de la igualdad en la vida civil, incluyendo temas legislativos y judiciales relacionados con el género; la transmisión de valores y actitudes basadas en la igualdad; el fomento de la conciliación de vida familiar

y vida laboral; y la cooperación entre las Administraciones Públicas y otras instituciones, a la vez que con ONGs y otros organismos extranjeros. (Alonso & Furio, 2007)

Si en el año 1995, en la IV Conferencia Mundial de la Mujer, en Beijing, “se determinó el traslado de la atención al concepto de género, la reevaluación de las estructuras de la sociedad y las relaciones entre hombres y mujeres. Entre los objetivos de la declaración de Beijing se encuentran los de promover los objetivos de igualdad, desarrollo y paz para todas las mujeres del mundo, en interés de toda la humanidad” (Cantillo, 2010, p. 92), entonces las medidas del gobierno español iban y van bien encaminadas hacia estos objetivos, aunque apreciamos que se trata de un proceso de cambio extremadamente lento.

Un indicio de los cambios tan significativos que se sigue observando respecto a temas de género, que está fuertemente influido por estos planes de igualdad, y que ya empezamos a ver en la época de la transición en el trabajo de Marí-Klose y Nos Colom, es el aumento paulatino, casi continuo, de la edad media a la maternidad. Datos del Movimiento Natural de la Población del INE indican que las mujeres en España en el año 1976 dieron a luz por primera vez, como media, a los 28,5 años; en el año 1996 fue a los 30,2 años, en el año 2007 a los 30,0 años y en el año 2015 a los 31,9 años. Por otra parte, el número medio de hijos e hijas por mujer en España ha fluctuado ligeramente en los últimos años, siempre muy por debajo de las cifras recogidas durante la administración franquista. Tanto en el año 2005 como en el 2015, esa cifra ha sido de 1,33; es muy importante recordar que estos datos incluyen a mujeres españolas y extranjeras, y que las últimas tienen más hijos que las primeras. Por ejemplo, en el año 2015, la tasa para las españolas era de 1,28 hijos e hijas por mujer, mientras para las extranjeras era de 1,65. (Movimiento Natural de la Población, INE, 2016)

Otro indicio de cambio reside en los datos relacionados con la enseñanza formal. En la segunda década del siglo XXI, las mujeres ya superan a los varones en la participación en la educación en prácticamente todos los niveles, y representan una mayoría en casi todas las áreas universitarias, salvo la de ingeniería y arquitectura. En un informe sobre los “3.6 Graduados según nivel educativo...” en la página web del INE (2016):

“Las tasas brutas de población que se gradúa en el curso 2012-13 son superiores en las mujeres para todos los niveles educativos considerados excepto para Diplomado Universitario e Ingeniero Técnico... En las convocatorias de las

pruebas de acceso a la universidad del año 2015, fue mayor el porcentaje de mujeres aprobadas respecto al total de estudiantes aprobados en las convocatorias ordinaria, extraordinaria y mayores de 45 años... Del total de alumnos matriculados en el sistema universitario (estudios universitarios de primer y segundo ciclo y de grado) en el curso 2014-15, el 54.2% fueron mujeres”.

Estos datos distan mucho de la realidad vivida por la población española durante las décadas del franquismo, reflejando un acercamiento cada vez mayor a la libertad educativa que antes pertenecía sólo a la población de sexo masculino.

También son radicalmente diferentes las tasas de empleo a las de antaño. El mayor crecimiento relativo del empleo femenino tuvo lugar durante la transición, mientras que más recientemente se ha ido estabilizando. Según la Encuesta de Población Activa, en el año 2015, la tasa de empleo total femenina se fijó en el 41,1%, y la masculina al 52,1%, con las tasas más altas en el grupo de 25 a 54 años de edad (63,7% para las mujeres y 75,1% para los varones), y la brecha de género más pequeña entre los más jóvenes (de 16 a 24 años de edad, con una diferencia de sólo 1,7%). (“1.1 Tasas de empleo según grupos de edad. Brecha de género”, INE, 2016) En 2015, las trabajadoras a tiempo parcial representaron aproximadamente la cuarta parte del total de mujeres empleadas en España, en comparación con el 7,9% de los varones empleados, marcando una brecha significativa de género. Por otra parte, afortunadamente, desde 2010 hasta 2015, las tasas de contratos temporales se redujeron ligeramente para ambos sexos, indicando un leve descenso en la precariedad. (“1.3 Participación de los trabajadores a tiempo parcial y de los trabajadores con contrato temporal”, INE, 2016) Sin embargo, en las esferas más altas, se observa que, también “a pesar de la tendencia al incremento de la presencia femenina entre los cargos considerados [de la Administración General del Estado], los porcentajes son diferentes atendiendo al rango concreto, si bien se vienen reduciendo las diferencias entre los mismos”. (“8.4 Mujeres en altos cargos públicos y privados”, INE, 2017)

Según un informe del Ministerio de Familia de Alemania en marzo de 2010, donde reflejan la misma dificultad por alcanzar una representación equitativa femenina a nivel directivo, existen tres conceptos que contribuyen al techo de cristal: que no puede haber conciliación entre vida laboral y vida familiar, que no puede haber pausas en la carrera profesional, y que se debe ascender peldaño por peldaño. (Wipperman, 2010) Esto se une a una mezcla de mentalidades aparentemente contrarias, que básicamente sirven para frenar a aquellas mujeres que pretenden ocupar un alto cargo. Explican que la primera

mentalidad – la conservadora – excluye a las mujeres de las posiciones ejecutivas por la funcionalidad del sistema y la tradición; la segunda – la emancipada – cree que las mujeres no están hechas para los niveles más altos debido a atributos de roles sociales (lo cual fortalece las dudas sobre las mujeres); la tercera – la individualista – insiste que el género ya es irrelevante, y que la falta de ejecutivas se debe a una falta de demanda efectiva por parte de las mujeres. (Wipperman, 2010) Es decir, a pesar de las mejoras en la enseñanza, los esfuerzos hacia mayor conciliación laboral y familiar, las protecciones y el apoyo estatal en general a través del *mainstreaming*, el deseo y el esfuerzo por parte de los individuos, y los avances evidentes que hemos ido haciendo las mujeres hacia la igualdad efectiva de género, siguen existiendo el “techo de cristal”, la brecha salarial por género, los casos de violencia de género, etc. Y es que, por muchas medidas que se implementen, siguen existiendo sesgos marcadamente sexistas en los valores y las actitudes de nuestra sociedad.

Sin entrar en mucho detalle sobre individuos como el eurodiputado polaco, Janusz Korwin-Mikke, que recientemente defendió la brecha salarial en la Eurocámara, insistiendo en la “inferioridad” de las mujeres como justificación, (Sánchez, 2017) o el 45º presidente de los Estados Unidos, cuyos comentarios – hechos públicamente – sobre las mujeres, hacen que resulte inconcebible que haya sido elegido a dicho puesto por personas con un mínimo de ética, escrúpulos o moral. De hecho, este último, a través de su actitud machista, xenófoba, racista, homófoba, y un largo etcétera, ha desatado la indignación y la movilización de personas (mujeres, hombres, niños y niñas, personas transgénero, etc.) alrededor del mundo en su contra, en la forma de manifestaciones multitudinarias conocidas como la “Marcha de las Mujeres” que tuvieron lugar en enero del 2017. (Machuca, 2017)

Con esto, volvemos al tema de la globalización y la influencia de las nuevas tecnologías en la sociedad. De no ser por nuestro acceso tan fácil, barato y rápido a los medios disponibles en Internet, no nos enteraríamos ni de una fracción de los acontecimientos globales que podemos conocer sencillamente haciendo clic en el icono de nuestro periódico preferido, y mucho menos, en directo. Tampoco sería posible organizar manifestaciones de semejante tamaño y alcance con la facilidad que tenemos ahora. Y de la misma manera, tanto las actitudes abiertas e igualitarias, como las cerradas y opresivas, se pueden diseminar por todo el mundo. Basta con pulsar un botón.

### 3.3 Disney y nuestro análisis

Nos encontramos ya ante los últimos preparativos para poder comenzar la indagación analítica de nuestro objeto de estudio. Para cumplimentar nuestro estudio del contexto socio-político-histórico de dicho objeto de estudio, hemos de conocer mejor su trayectoria, tanto en su país de origen como en España y en el resto del mundo, esta trayectoria incluyendo no sólo su producción y el éxito (o falta de ello) que ha tenido en donde se ha emitido, sino también la crítica que ha recibido la obra y la casa en sí. Nos ha parecido importante apartar este elemento del estudio del otro capítulo dedicado al contexto, porque nos acercará tantísimo a lo que va a ser nuestro análisis propiamente dicho.

#### 3.3.1 El imperio Disney y su historia en el mundo según la crítica

Utilizaremos este espacio para descubrir la historia y la naturaleza de Walt Disney y la corporación multinacional que creó, a través de las obras de algunos de los muchos detractores (y a favores) de Disney. Pero ha de quedar claro que, en este caso, no se trata de artículos puntuales desarrollados al respecto – cosa que ha proliferado en España hasta bien entrado el siglo XXI – sino de estudios pormenorizados o de mucha mayor extensión que éstos primeros. La crítica de las obras y el imperio Disney toma formas muy distintas, porque sale desde perspectivas distintas, así que pretendemos mencionar varios trabajos, de los más destacados desde el principio (en este subcapítulo, todos del siglo XX), para dar una idea más clara de la magnitud de este tema y de los primeros que realmente se dedicaron a estudiarlo.

##### 3.3.1.1 *La obra propagandística*

Uno de los primeros libros claves escritos sobre la obra de Disney – *Para leer al Pato Donald* – se publicó en Chile en el año 1971, y poco después fue prohibido y quemado, y sus autores enviados al exilio. Se trata de una crítica de perspectiva marxista, cuyo objetivo era identificar las maneras por las cuales la máquina Disney propagaba ideologías imperialistas y capitalistas a través de sus tebeos (cómic), uno de los medios de comunicación de masas de ocio estadounidenses – oficialmente dirigido a niños, pero leído igualmente por adultos – que, con creciente facilidad, se diseminaban en Chile en esa época. Ariel Dorfman, periodista y escritor, y Armand Mattelart, sociólogo, llamaron la atención con este libro a aspectos evidentes de estos tebeos que más tienen que ver con el imaginario consumidor y puritano del Tío Walt que con la realidad socioeconómica chilena de los años que rodeaban el gobierno socialista breve de Unidad Popular. En ese

momento histórico, el gobierno estadounidense utilizaba varios medios de comunicación de masas, como el periódico *El Mercurio* (fundado por la CIA), para imponer su particular forma de influencia propagandística, ya que era en el interés de EE. UU. controlar la opinión pública en un país que suponía una fuente importantísima de cobre. El nombre tan enigmático, y simbólico de la inocencia y la imaginación infantiles, como el de Walt Disney, era ideal para estos fines. (Dorfman & Mattelart, 1991)

Sin embargo, como indican Dorfman y Mattelart, el contenido de los tebeos proporcionaba ideas sumamente retorcidas de “inocencia” e “imaginación”. De lo primero que destacan es algo que se echa en falta de forma sistemática en estos tebeos: los padres. Los lectores observarán que los personajes que aparecen no tienen ni padres ni madres (ni hijos); existe una gran pluralidad de tíos y sobrinos, pero salvo una sola excepción (el lobo y su retoño), no aparece ninguna relación filio-paternal. Este hecho sirve como indicador inicial de las tendencias más importantes del medio. En este mundo ficticio, nadie nace, ni crece, ni cambia, ni muere. Los personajes sencillamente aparecen y desaparecen de un capítulo a otro, cosa que ocurre con bastante frecuencia con la multitud de sobrinos y sobrinas (normalmente gemelos o trillizos), cuya ascendencia nunca se menciona. El desarrollo o evolución normal de estos seres no tiene cabida en el mundo de Disney, y se mantienen estáticos – física y mentalmente – a través de los capítulos, normalmente circulares (empezando y terminando en el mismo sitio).

Indican Dorfman y Mattelart que esto ayuda a fomentar la identificación padre-hijo entre quienes publican y quienes leen estos tebeos, de manera que los valores del primero se convierten en los del segundo, y se entremezclan, lo cual sirve para garantizar la sucesión de dichos valores, aunque de forma no tan explícita como para que los jóvenes lectores sean conscientes de ello. Éstas son fantasías supuestamente infantiles, pero creadas por adultos con ideas utópicas adultas. Al adscribirle el carácter “infantil” a este medio, se le atribuye la inocencia tan estimada que suele acompañar a la niñez, aunque dicho atributo poco tiene que ver con las ideas inculcadas en estos tebeos. Si habláramos de los poquísimos personajes femeninos que aparecen, no tiene nada de inocente el hecho de que el único papel que desempeñan es el de coqueta, sin más pretensiones ni ambiciones que la frivolidad comúnmente asociada con las mujeres “lígeras” o tontas que aparecen en el cine, aunque notablemente en el mundo de estos tebeos, no existe la sexualidad más allá de la diferenciación superficial y estereotipada entre personajes masculinos (normalmente aventureros, buenos o malos, inteligentes o estúpidos, etc.) y



personajes femeninos (consumidoras domésticas y sumamente pasivas). Se suprime cualquier acto sexual, lo cual implica también la supresión del simple hecho de concebir o dar a luz; o sea que, una vez más, el concepto de madre sencillamente no existe en este mundo. (Dorfman & Mattelart, 1991)

Volviendo a lo que es el mundo en vías de desarrollo, observamos que Disney presenta a los países del tercer mundo como fuentes de materias primas, libres para ser explotadas y dominadas por el primer “civilizado” que llegue. Aparece muchas veces el tema del intercambio desigual, tan común históricamente en el imperialismo, en el que el personaje “civilizado” se aprovecha del “salvaje noble”, ofreciéndole al pobre inocente una baratija a cambio de algo de gran valor monetario; es más, se presenta en tono burlón. Se niega al “salvaje” cualquier posibilidad de desarrollo, sugiriendo que no le interesa en absoluto, lo cual sirve para enmascarar la realidad de que tal acto es el equivalente de una sujeción colonial. Es una actitud paternalista y autoritaria la que caracteriza el imperialismo que pretende que no se vea como tal, sino con ojos positivos. (Dorfman y Mattelart, 1991)

Claro está que en estos tebeos se utilizan pseudónimos para nombrar a los pueblos, aunque son inconfundibles para quien tenga un mínimo de conocimiento geográfico, político o histórico. Pero esto supone un problema, porque en este mundo ficticio, Disney también ha eliminado todo vestigio de historia y de memoria. (Dorfman y Mattelart, 1991) Ha erradicado un eslabón fundamental en la producción de lo que vemos en este mundo: el obrero o proletariado. Entre la materia prima que representan el “salvaje noble” y su tierra subdesarrollada y natural, y el producto a consumir representado por la “civilización” y sus ciudades corruptas y sucias, no parece haber nada; quedaría mal que la burguesía se dejara en evidencia debido al reconocimiento de los obreros que le han proporcionado su riqueza. Así que Disney sencillamente les ha negado la existencia en el mundo de sus tebeos, y el resultado es que se ven innumerables objetos acabados y listos para consumir, sin ver nunca su producción.

Efectivamente, uno de los mensajes principales que promociona Disney es la consumición por consumir, por muy pocos medios que pueda tener el receptor de este mensaje, o por muy poco que le pueda servir el producto en cuestión. El dinero y las cosas materiales son la motivación más importante para los personajes centrales de estos tebeos, y la única crítica que se ofrece – y eso sólo a medias – es respecto al personaje del ávaro tío del Pato Donald, Scrooge, que igual que en el caso de los ladrones en comparación

con nuestros héroes, sirve quizás para distraernos del hecho de que, sólo por no tener mucho dinero ahorrado no les hace menos ávaros, tacaños ni egoístas que él. (Dorfman y Mattelart, 1991) Se trata de la insistencia burguesa e imperialista en la superioridad de lo “civilizado” – por mucho que se queje de la suciedad y los peligros de la ciudad industrializada, y se valore la posibilidad de refugiarse o aventurarse de vez en cuando en los últimos reductos de la naturaleza – y la suma importancia del consumo y del dinero; esto sí, siempre evitando mencionar que entre la materia prima y los servicios que realizamos para promocionar el consumo de objetos, existe un paso entre medias que ocupa el trabajo del menosvalorado proletariado. Llamen la atención a estos mensajes enmascarados de los tebeos de Disney, porque debido a su difusión tan extendida en Chile en un momento clave en su historia socio-económica, pueden influir drásticamente en el pensamiento de sus lectores, ofreciendo una sola y negativa auto-imagen de ellos, y de su mundo. Justifica, para los ojos del mismo dominado, su propia dependencia, dominación, y explotación a manos del “tío” capitalista, que de esta manera le impide cualquier desarrollo que pueda proporcionarle independencia socio-económica. (Dorfman y Mattelart, 1991)

### 3.3.1.2 *El entorno de Disney*

El objeto de crítica de Carl Hiaasen, en *Team Rodent: How Disney Devours the World*, (*Team Rodent* o “Equipo Roedor” hace referencia irónica al mote “Team Disney”, que se autodenominó el equipo ejecutivo de los años 90), es muy distinto a este último, ya que en lugar de estudiar el contenido enmascarado de un producto publicado por la casa, se centra en la política – sobretodo nacional – de Disney, y del comportamiento de la empresa en los ámbitos sociogeográficos en donde físicamente ha echado raíces. Por ser estadounidense y residente en el estado de Florida, este periodista habla desde la perspectiva de quien se ha visto afectado directamente por los efectos del parque temático, y la atracción turística (en esa época) más importante del mundo: Disney World (EPCOT Center), situado en Orlando, Florida. Como no duda en recordarnos, el alcance de este imperio va mucho más allá de sus parques de atracciones; explica que el dinero viene en verdaderos torrentes, creando avaricia allá donde vaya. Cita desde las productoras cinematográficas Walt Disney Pictures, Touchstone, Caravan, Miramax, y Hollywood Pictures; canales de television, como ABC, ESPN, Disney Channel, Arts and Entertainment, History Channel y Lifetime; programas de television, como Siskel and Ebert, Regis and Kathie Lee y Monday Night Football; emisoras de radio numerosas AM

y FM; videos caseros, obras de teatro, publicaciones musicales, publicaciones de libros y periódicos; parques temáticos en Orlando, Anaheim, Tokio, and Paris; software, juguetes y productos de merchandising; franquicias de beisbol y hockey; hoteles, propiedades inmobiliarias, tiendas al por menor, centros comerciales, urbanizaciones y hasta una línea de cruceros. (Hiaasen, 1998) Así quedaba Disney hace 19 años, y desde entonces no ha hecho más que crecer. Decir que se trata de un monstruo empresarial sería menosvalorar lo que es, sin duda, una de las empresas más poderosas del planeta, y todo esto considerando que la mayor parte de su producción se destina al ocio, y ni siquiera a objetos de primera necesidad.

Hiaasen comenta sobre la naturaleza de los valores que propugna Disney, y sobre los efectos sorprendentemente negativos de éstos sobre la sociedad. Menciona la insistencia de la casa en ofrecer lo más puritano posible (por lo menos en los productos que salen con su nombre, ya que salen de sus filiales productos mucho menos inocentes, como la película *Pulp Fiction* o la teleserie cómica *Ellen*), lo cual estaría bien si no llegara a negar la existencia del otro extremo, o sea, de las cosas que nos producen grima y asco, cosas que insiste necesitamos para poder evaluar dónde nos situamos a nivel sociocultural. ¿Con qué, si no, podemos compararnos?, se pregunta. (Hiaasen, 1998)

Explica que Disney teóricamente admira la naturaleza, pero sus productos efectivamente niegan la existencia de ésta, o al menos, pretenden mejorarla para que sea más limpia, más bella, más predecible, más segura, y sobre todo más controlable. Da como ejemplo la “misteriosa” muerte de numerosos buitres negros (una especie protegida y esencial para mantener el equilibrio ecológico crucial) que frecuentaban y ensuciaban el parque en Florida, y que provocó cierto escándalo en forma de denuncias en contra de la empresa, hasta que ésta realizó donaciones importantes a Comisión de Caza del Estado e hizo las paces con la Sociedad Audubon. (Hiaasen, 1998) Otro ejemplo es el lago Bay, un lago natural en medio de Disney World, que tenía el agua (limpia) de color marrón debido a efectos de la corteza de los cipreses que poblaban el lago. Para que quedase más bonito, es decir, para poder sacarle fotos, la empresa drenó el lago por completo, arrancó los cipreses, raspó el fondo y sustituyó la tierra por arena importada, relleno el lago, e incluso puso alguna playa. Así esperó atraer a más turistas. Tal es la mejora de Disney sobre la naturaleza: sin necesariamente explotarla, le concede un aspecto más limpio, pero todo menos natural. (Hiaasen, 1998)

Según Hiaasen, la casa Disney sigue teniendo tanto éxito porque es un nombre en el que la gente confía, y porque cuida tantísimo su imagen de limpia, segura, predecible, fuente de buenas morales, etc. El hecho de que se ha convertido en dueña de todo un distrito en Florida (donde se encuentra Disney World) – lo cual le concede una autoridad casi absoluta sobre lo que dentro de él ocurra – y de la famosa y socialmente prohibitiva urbanización *Celebration* cerca de ella, no implica sino el poder y la astucia empresarial de Disney. (Hiaasen, 1998) Otro aspecto de esa astucia es, aparte del notable equipo legal, la insistencia de la empresa en sus derechos como entidad privada, y el secreto de sus asuntos internos, aún cuando implica pagar grandes sumas de dinero para evitar tener que desvelar normas o políticas concretas o actos propiciados por sus empleados en nombre de la empresa. De esta manera, no salen en las noticias los errores cometidos por el gigante, sino solamente sus éxitos y sus productos destinados a conquistar al público, inicialmente infantil, ahora universal, como puede ser *Castaway Cay*, la isleta bahameña que compró la empresa para los pasajeros de su línea de cruceros.

Efectivamente, la isla no es la que ha sido. Cuenta Hiaasen que *Gorda Cay*, como antes se llamaba, durante los años 70 y 80 era de las islas más populares de la zona para pasar droga (desde marihuana hasta cocaína y drogas de diseño) del sur al norte de América, gracias a una pista de aterrizaje que tenía. Disney la ha limpiado tan a fondo que ha quedado otro paraje bello, seguro y limpio, y así sumamente limitado en su naturaleza; y sin duda, se habrá borrado la historia verdadera del lugar, para reemplazarla con cuentos divertidos de conquistadores y piratas, náufragos y sirenitas. (Hiaasen, 1998) Lo que esperan Hiaasen y los demás lugareños protectores de los antiguos sitios infantiles con los que Disney está acabando, es algún escándalo que ponga las manos de Mickey en el fuego. Les gustaría que saliera a la luz que no es más que el símbolo del poder del marketing del consumismo de un producto bonito, pero falso y superficial. Hiaasen reconoce el logro organizativo impresionante de esta empresa. Tampoco es que el presidente (de esa época) Michael Eisner y asociados estuvieran intentando causarle mal a nadie, a pesar del volumen de dinero que manejan. De hecho, parece que trabajan mucho y muy duro para proporcionar al público la alegría, la felicidad, que promete su empresa. Entonces, la crítica queda menos en el objetivo moral de la empresa, sino más bien en la forma tan artificial, y cuestionable y artificialmente producida, que se le da. (Hiaasen, 1998)

### 3.3.2 El enfoque de la orientación sexual

Con un enfoque totalmente diferente, Sean Griffin plantea el análisis de los objetivos y la obra de Disney desde la perspectiva del público homosexual. Llama la atención el hecho de que existe una especie de culto *queer*<sup>5</sup> a las películas y la programación televisiva de Disney, a pesar del hecho de que, tradicionalmente, la empresa ha pretendido emitir por ella mensajes promocionando la familia patriarcal basada en relaciones “tradicionales” estrictamente heterosexuales. Es por esto que Griffin insiste que hay una relación importante que desvelar al respecto. Aunque no haya existido – por parte de Disney – ninguna intención expresa de contactar con una audiencia de orientación sexual distinta a la socialmente mayoritaria heterosexual, las audiencias homosexuales han encontrado en su obra casos que admiten una lectura dirigida a su “sensibilidad gay”. Además, desde principios de los años 90, se han celebrado “Gay Days” en Walt Disney World (Florida), aunque estos eventos no están oficialmente organizados por Disney. La causa puede ser completamente accidental, e incluso con intenciones contrarias, pero el efecto es patente, y Griffin (2000) procede a reflexionar sobre, por una parte, los motivos y la historia de la empresa y, por otra parte, las obras y las lecturas que ha hecho el público homosexual de éstas.

Habla primero sobre los productos de Disney mientras su fundador aún vivía. Destaca que los primeros dibujos de Mickey Mouse y compañía – sobre todo durante los años 20 – no solamente no eran de la naturaleza puritana que conocemos de sus apariciones posteriores, sino que tendían a reflejar personajes “verdes” y violentos, llegando incluso a ser sádicos y machistas (Mickey amenazando a Minnie con tirarle de un avión si ella no cedía a sus besos), además de obsesionados con un humor marcadamente “anal” (patadas, palmadas, quemaduras, azotes, mordiscos, etc. dirigidos al trasero de alguno de los personajes). (Griffin, 2000) Tras recibir cierta recriminación el estudio, y entrar en plena Depresión, se despidió de su enfoque carnalesco para adoptar la *mystique* puritana que tendría un éxito asombroso, convirtiéndose durante los años 30 en el “monasterio de Mickey”. Para los empleados de la empresa, esto significaba una serie de normas estrictas de comportamiento que llegarían incluso a la segregación de varones y mujeres en ciertas circunstancias (sin mencionar el hecho de que a éstas siempre se les ofrecía puestos y

---

<sup>5</sup> No olvidemos que la palabra *queer* originalmente significaba extraño o poco usual. A principios del siglo XX, se empezó a usar el término de forma peyorativa, para indicar una persona homosexual (gay o lesbiana), pero desde los años 80, se emplea como palabra générica, para referirse a todo lo que no corresponda a lo tradicionalmente heterosexual, y para quitarle el significado negativo. Actualmente, la forma neutra se emplea de forma bastante generalizada.

sueños notablemente inferiores a los de sus compañeros/homólogos varones). En cuanto al contenido mismo de sus dibujos, esto significaba una campaña hacia lo *wholesome*, es decir, hacia lo moralmente puro y casto, lo cual implicaría, por ejemplo, el quitar cualquier semblanza a órganos reproductores reconocibles (las famosas urbes de la vaca Clarabelle) y cualquier comportamiento considerable como de naturaleza agresivamente sexual (Mickey ya le ofrecería a Minnie sólo flores o bombones y no amenazas ni sustos en busca de sus inocentes encantos). (Griffin, 2000)

Con esta campaña, el estudio sí llegó a tener un gran éxito, culminando con los primeros largometrajes animados – *Blancanieves y los siete enanitos*, *Pinocho*, *Fantasia*, *Dumbo* y *Bambi* – lanzados en EE. UU. entre 1937 y 1942. Estas películas, y el hecho de que a partir de la primera irían en descenso en cuanto a su éxito relativo, darían lugar a una década dedicada a otro tipo de obra. Disney produjo para el gobierno estadounidense algunas de las obras propagandísticas más importantes de la Segunda Guerra Mundial – *Saludos Amigos* y *Los Tres Caballeros* – y comenzó a hacer documentales con fines educativos para sus vecinos del continente sur, habitualmente con ciertos matices paternalistas. (Griffin, 2000) Sería a partir de los años 50, y la vuelta a las películas animadas basadas en cuentos de hadas, como *La Cenicienta*, que la empresa se fortalecería en el sentido corporativo, enfatizando su imagen de productor de obras morales, castas y puras. Adoptando métodos más sutiles que en sus cortometrajes educativos de la década anterior, Disney propondría conceptos de género y sexualidad muy marcados y acorde con la época, ofreciendo por ejemplo una Alicia (*Alicia en el país de las maravillas*, 1951) bastante menos cabezota e independiente que en el texto original, y un Peter (*Peter Pan*, 1953) mucho más masculino de lo que resultaba en las obras de teatro en donde el papel lo solían desempeñar actrices. (Griffin, 2000) Por otra parte, la empresa emitía documentales sobre una naturaleza antropomorfizada, que curiosamente apoyaba los valores de la familia humana hegemónica de la época, atribuyéndoles a los animales comportamientos, objetivos y morales más propios de su productora consciente que de estos primeros. Esto incluye, por ejemplo, la idea del estado “natural” maternal de protectora y cuidadora (y no guerrera ni cazadora) y del estado “natural” paternal de luchar y proveer a su familia de sustento. Promocionándose de forma inteligente, el gran empresario Walt Disney se convertía en el “tío Walt”, propulsor y protector de los valores familiares que el país abrazaba; pasarían tres décadas antes de que nadie pusiera en duda la integridad del hombre ni de su empresa. (Griffin, 2000)

La pregunta que propone Griffin es, entonces, dadas las circunstancias aparentemente tan poco propicias para ello, ¿qué es lo que puede encontrar un individuo homosexual en estas obras para identificarse con ellas o de alguna manera sacar provecho de ellas? Resulta que, desde los años 30, el mismo nombre “Mickey Mouse” se usaba en algunos círculos (tanto gays como lesbianas) como clave para referirse a lo relacionado con la homosexualidad, que en ese momento todavía no se veía social ni científicamente tanto como una orientación sexual sino como un pecado o una desviación de lo “normal”. Ayudaría el hecho de que Mickey se proclamaba “siempre gay” (tengamos en cuenta que el significado original del término *gay* es alegre), igual que ayudaría la letra de la canción “You’re the Top” (del cantautor abiertamente homosexual, Cole Porter) que dice “You’re Mickey Mouse”. (Griffin, 2000) Que hubiera tan poca diferencia entre personajes de sexos opuestos – Mickey y Minnie son físicamente iguales, excepto que ella tiene pestañas, y viste un lazo y algún vestidito – también podría dar lugar a la interpretación de que las diferencias de género no son físicas sino socialmente aprendidas e impuestas, y que quizás no sea tan extraño o diferente (*queer*, término que cobró muchísima importancia en los años 90) sentirse atraído por una persona del mismo sexo.

Insiste el autor que, al hablar de una lectura homosexual de la obra de Disney, no está diciendo que sea el mensaje definitivo e intencionado de la productora, sino simplemente que es una interpretación realizada desde una perspectiva distinta. Igual que hacemos todos, una persona de orientación homosexual tiende a buscar en un texto lo que le interesa, y puede que sólo aparezca en una escena pequeña (el tema de la homosexualidad no surge abiertamente en general, ni mucho menos en la obra de Disney), la cual escogerá para su análisis, dejando de lado lo que no encaje en su enfoque. (Griffin, 2000) Pero hay que recordar que hay algo en Disney que sí puede dar lugar a más materia a analizar: la insistencia en el imperativo hegemónico heterosexual también llama la atención a lo que *no* es, es decir, a lo *queer*. Alejándose de lo específicamente relacionado con la sexualidad, artistas (homosexuales) como el cineasta Sergei Eisenstein y el escritor E.M. Forster destacaban, por ejemplo, la metamorfosis y la juxtaposición que experimentaban muchos personajes de dibujos animados de Disney; explica Griffin que estas cosas que cambian tanto y que nos puedan extrañar por no encajar en lo “normal” pueden además atraer a un público homosexual, acostumbrado a identificarse con lo que no es “normal”. De hecho, nos recuerda que a veces se le atribuye al nombre “Mickey Mouse” un sentido de “extraño”, *askew*, o *queer*. (Griffin, 2000)

Algunos personajes de Disney que atraen marcadamente a la audiencia “gay” son sus villanas. En una productora que insiste en enfatizar los marcadores más intensos del género, a través de formas y movimientos exagerados, los personajes femeninos en general, y las villanas en particular, recuerdan a los *drag queens*. No es sólo que muchas tengan rasgos físicos masculinos. Tanto la malvada reina de *Blancanieves y los siete enanitos*, como la malvada madrastra de *La Cenicienta*, como Maléfica de *La Bella Durmiente* como Cruella de Vil de *101 Dálmatas*, asumen poses y movimientos teatrales como si fueran divas, visten y se maquillan de forma desmesurada, y el resultado de esta forma de pasarse con lo que se considera de lo más femenino, es que llaman la atención a lo artificial (socialmente construido) que es el género. (Griffin, 2000) Además, curiosamente, a diferencia de los villanos que aparecen en otras producciones de Hollywood, éstas no se dedican a interferir en relaciones heterosexuales “normales” por querer llevarse al novio, sino que actúan por celos de la belleza de otras, o por enfadarse al quedarse apartadas de un acontecimiento, o por desear alguna joya o dinero o poder. En cuanto a los villanos, que son menos, estos tampoco suelen interesarse por las damas, sino más bien por el poder. Es más, existen algunos personajes que Griffin indica se podrían considerar como parejas homosexuales, destacando a Honest John y Fígaro de *Pinocho* y al Capitán Garfío y Smee de *Peter Pan*. Además, tirando hacia el final de la vida de Walt Disney, está el malísimo Shere Khan de *El libro de la selva* que, a mediados de los años 60, en un momento de cambios sociales importantes, da la impresión de que podría reflejar un homosexual pederasta del cual alejarse a toda costa. (Griffin, 2000)

Tras la muerte del mago, y en particular, a partir de la incorporación de Eisner, Wells y Katzenberg, la empresa sufriría unos cambios muy drásticos respecto al tema de la homosexualidad entre sus empleados. Mientras que durante el reino del tío Walt, aquellos trabajadores cuya orientación sexual se cuestionaba pudieron llegar a perder su empleo por ello (y por esta misma razón, las personas homosexuales empleadas por la compañía solían mantener este hecho en secreto), los nuevos directivos que a principios de los años 80 le darían vida nueva a Disney, llevaron a la empresa personas sumamente capacitadas de sus anteriores lugares de trabajo, personas que en muchos casos ya habían “salido del armario”. Ya hacía tiempo que la sociedad estadounidense gozaba de las reivindicaciones activistas de organizaciones radicales a favor de los derechos de las personas según su minoría por raza (los Black Panthers), por sexo (la National Organization of Women), o por orientación sexual (Gay Liberation Front, Gay Activists Alliance, Queer Nation o



GLAAD ), cuando en otoño de 1992 se formó la primera organización de apoyo a los empleados homosexuales de uno de los grandes estudios de Hollywood: LEAGUE (Lesbian And Gay United Employees) de la casa Disney. (Griffin, 2000)

Ahora bien, la existencia de muchos empleados homosexuales dentro de la casa Disney no implica que la empresa haya dejado de promocionarse como fuente de valores familiares heterosexuales “tradicionales”, cosa que se evidencia especialmente en sus parques temáticos, en donde se enfatiza mucho el entretenimiento “en familia” o “para toda la familia”, además de imágenes del típico núcleo familiar de niña, niño, madre y padre, y en donde cualquier expresión abierta de otro tipo de relación o inclinación sexual por parte de empleados – e incluso por parte de clientes – sería severamente sancionada. A pesar de las normas estrictas de conducta, para muchas personas homosexuales, la oportunidad de trabajar en uno de dichos parques implica la posibilidad de ejercer hasta cierto punto aspectos de su personalidad (normalmente relacionados con la libertad y la fantasía) que serían mucho menos aceptables socialmente en las calles de fuera; por ejemplo, los que representan personajes, a menudo totalmente cubiertos por sus disfraces, lo cual les concede cierta libertad de expresión, o los que cantan y bailan en los desfiles, o incluso las que trabajan en “Frontierland”... Esto no quiere decir que no exista discriminación en contra de esta población (ni en contra de las mujeres ni en contra de las personas de raza negra), en el sentido de la imposición de un “techo de cristal”, pero dado que la mayoría de los empleados de los parques lo son a tiempo parcial o con contratos temporales, pues el alcance de su identificación con Disney – y por lo tanto de su apego a la empresa – es mucho menor que en el caso de las personas empleadas a tiempo completo en el estudio, por ejemplo. (Griffin, 2000) En fin, se trata de un mundo bien escondido dentro de la casa Disney, que habrá salido del armario para ese mundo, aunque no tanto para los que observamos desde fuera.

Respecto a las lecturas *queer* que hemos podido hacer de los productos de Disney desde que se confirmó más abiertamente su mundo homosexual – o sea, desde que Eisner y compañía le dieron tal vuelta a la empresa – también hay cambios. En realidad, se podría decir que dichas lecturas han dejado de ser tan alternativas, tan subtexto, y se han vuelto bastante más comunes (entre el público “normal” heterosexual, entre los medios de comunicación de masas, etc.) gracias al hecho de la mayor visibilidad de la homosexualidad, tanto en la sociedad estadounidense en general, como dentro de la casa Disney. (Griffin, 2000) El conocimiento de personas concretas homosexuales dentro de

la empresa aumenta en el público la tendencia a interpretar sus obras desde una perspectiva homosexual, de la misma manera que hacemos con cualquier obra cuyo autor conocemos: le atribuimos tendencias o características que asociamos habitualmente con dicho autor/director/productor/etc., haya o no intención de parte de este último.

En el caso de animador Andreas Deja, por ejemplo, él mismo ha expresado que su orientación homosexual ha influido en los personajes que ha dibujado para las películas de Disney. Explica que Jafar (en *Aladdín*, 1992) se basó en su concepto de un hombre gay, con el fin de darle una presencia elegante y teatral. Otro personaje suyo de este estilo incluye el también villano Scar (en *El rey león*, 1994), que igual que Jafar, se ve como exageradamente fino, refinado y resentido por sentirse menosvalorado. Por otra parte, Deja también ha trabajado mucho en personajes masculinos supermusculosos, como el rey Tritón de *La sirenita*, 1989, Gastón de *La bella y la bestia*, 1991, o Hércules de *Hércules*, 1997, a los que ha concedido un físico espectacular, exagerando el “ideal” masculino de los hombros, pechos y brazos masivos, las cinturas delgaditas, y las caras cinceladas. De la misma manera que con las villanas (antiguas y nuevas) de Disney, a estos personajes hipermasculinos se les podría ver como en “drag”, y el hecho de que se ha expresado que sí provienen de una fuente consciente y decididamente homosexual parece legitimar esta interpretación. (Griffin, 2000)

Quizás el individuo que más ha justificado una interpretación *queer* haya sido Howard Ashman, letrista homosexual de la factoría Disney que falleció de SIDA tras su gran éxito con *La bella y la bestia*. Era una persona muy apreciada dentro y fuera de su trabajo: al final de los créditos de esta película, se le presta honor como “quien dio a una sirenita su voz, y a una bestia su alma”. Curiosamente, sus últimas aportaciones para Disney, *La sirenita*, *La bella y la bestia* y *Aladdín* se basaron en obras originales que ya habían cobrado importancia entre el público homosexual, o por la orientación sexual de sus autores, o por el tratamiento que habían recibido antes en teatro o en cine. Ashman no dudó en usar lo más “camp”, y para cada una de ellas escribió una canción “showstopper” al estilo extravagante de Busby Berkeley (como “Bajo el mar”, “¡Qué festín!” o “Príncipe Ali”, respectivamente). Esto sin mencionar la presencia teñida de homosexual del mismo Genio de “Aladino” que, aunque poco tenga que ver con el letrista, por asociación con la película se le suele atribuir. Pero lo que más nos interesará aquí, ya que es quien escribía las canciones, son precisamente dichas canciones.

El mismo Ashman escribió para cada protagonista lo que él denominaba su *wish song* (o canciones “I want”, como se suelen llamar), en la cual expresaba su deseo de encontrar una vida o un mundo mejor (o sea, que se confirma claramente la existencia explícita e intencionada, además de la importancia, de las canciones que pretendemos analizar). Explica Griffin que, a diferencia de las otras *wish songs* del canon de Disney, que suele buscar la felicidad en su mismo mundo, las de Ashman tienden a reflejar un deseo de escaparse de la vida mundana y los valores parroquiales de su sociedad, como en los casos de Ariel, Bella y Aladino. Se trata de personajes que no encajan del todo en su mundo, y que, sufriendo de la opresión de éste, sueñan con ser y sentirse aceptados tal y como son, expresando así sentimientos muy comunes para homosexuales en una sociedad patriarcal y heterosexual. En este sentido, es alentador el optimismo que refleja Ashman cuando sus personajes encuentran esa aceptación y ese amor tan deseados, aunque esto signifique cambios en el argumento de la obra original, cosa que Disney hace habitualmente para conseguir su característico final feliz. (Griffin, 2000)

Como expone Griffin, la política interna y externa de Disney en cuanto a la homosexualidad ha cambiado drásticamente, en particular desde la muerte del tío Walt y la incorporación de Eisner y compañía, pero hay que reconocer que las acciones que ha tomado al respecto han surgido sobretodo por razones económicas. Para poder sacar el mayor provecho posible, tanto de sus propios empleados como de sus posibles consumidores, la empresa ha de hacer todo menos aislarlos. Ha tomado medidas para mejorar la relación que tiene con sus trabajadores, a la vez que ha llegado a realizar campañas de marketing a grupos sociales alternativos. La definición de esos grupos la limita a ciertos estereotipos restringidos – normalmente sólo a hombres gays y a lesbianas, lo cual no incluye ni a bisexuales ni a transexuales, por ejemplo – pero eso es lo que le interesa a la casa. Va más allá, buscando un mercado muy particular dentro del mundo *queer*, que es la población de varones blancos homosexuales jóvenes de clase media o media-alta. (Griffin, 2000) Para muchos grupos de derechas en EE. UU., algunas de estas políticas y obras más visibles de Disney algo más recientes han resultado moralmente deplorables, y algunos grupos – como en la Southern Baptist Convention en Dallas en 1997 – han llegado a intentar boicotear la empresa, sus parques, sus productos, etc., aunque con escaso éxito. (Griffin, 2000) De hecho, acciones fundamentalistas como ésta, basadas en interpretaciones que se alejan bastante del asunto en cuestión tienden a tener efectos contrarios a los intencionados, y acaban proporcionándole a la empresa un

empujoncito económico. (Griffin, 2000) Efectivamente, Disney no es tonta, y en los últimos años, al abrirse (aunque de manera sumamente controlada) a la homosexualidad cada vez más visible en la sociedad, por fin se ha conquistado directamente, todavía otro mercado importante.

### 3.3.3 El enfoque pedagógico y económico

Desde una perspectiva más centrada en los elementos socio-económico-político-pedagógicos de la casa Disney, educador Giroux presenta una crítica muy dura en *The Mouse that Roared. Disney and the End of Innocence*. Aquí explica las maneras a través de las cuales esta empresa se dedica a educar al mercado infantil para crear consumidores adaptables y pasivos en lugar de ciudadanos críticos y activos. Es precisamente la capacidad educativa que tiene este imperio lo que más parece preocuparle al autor, porque bajo la faz engañosa de proveedor de un entretenimiento positivo, familiar y moral, se trata de una empresa más interesada en convertir la cultura popular y cívica en una cultura consumista, sin memoria histórica ni sentido de tolerancia hacia ningún tipo de diversidad. Esto lo consigue no solamente con los productos que vende en la mayor parte del planeta, y con los parques temáticos en donde se ha editado todo elemento potencialmente negativo para incorporar solamente aspectos positivos de la realidad, sino también, por ejemplo, en la “Celebration School” establecida en Celebration, Florida. Creada en colaboración con el Distrito Educativo del Condado Osceola y la Universidad de Stetson, supone un paso notable hacia lo más innovador en la educación infantil, primaria y secundaria, con todos los avances tecnológicos y las comodidades imaginables para proporcionarles a sus alumnos la educación que propone Disney. El problema no está en la tecnologización de esta enseñanza, sino en la ideología que prevalece en ella: enfatiza la adquisición de habilidades por encima del desarrollo de la capacidad crítica o ética, lo cual entrena a los jóvenes a saber adaptarse al mundo en lugar de formarlo. Es decir, las cuestiones relacionadas con un propósito o significado se convierten en problemas técnicos, sin ver cómo interactúan con temas de poder o política, de manera que los estudiantes no se ven ni inspirados ni obligados a convertirse en agentes activos críticos. (Giroux, 1999)

Igual que para los empleados de los parques temáticos de Disney, para las personas que residen en Celebration y los jóvenes que estudian en su escuela, la realidad – prefabricada por la casa Disney – poco tiene que ver con lo que es la realidad para el resto del mundo. La “inocencia” que declara formar parte del fundamento de la casa es una

reconstrucción del pasado y del presente, eliminando todo elemento que pueda incomodar u obligarle a quien lo observe a actuar, librándole de ser testigo del sufrimiento, de la diferencia o del conflicto. (Giroux, 1999) A cambio, le convierte en un mero observador pasivo, consumiendo, pero en ningún momento participando. Por eso, en todos los ámbitos cubiertos por el imperio, existen reglas estrictas impuestas respecto al comportamiento, la apariencia, el género... de los involucrados; quien rompa esas reglas se verá severamente sancionado. Comenta Giroux que lo que busca Disney es homogeneidad respecto a lo que concibe como ideal, basándose en la familia blanca heterosexual patriarcal de clase socioeconómica media o medio-alta; tal es el visitante típico a uno de sus parques temáticos, y tal es a lo que muchos desean llegar a ser. Quien no encaje en esa imagen, o será considerado de menor categoría o será castigado. Cualquier forma de diversidad, innovación, imaginación, pensamiento individual, o incluso sentido de responsabilidad social, se recrimina, mientras se premian la adherencia a las normas y la atención ciega y pasiva a la jerarquía impuesta. (Giroux, 1999)

Incluso en su análisis de los largometrajes animados “Clásicos”, Giroux llama la atención a esta tendencia aparente en los rasgos racistas y sexistas que todavía siguen en evidencia. Aunque no presenten la misma cantidad de violencia que otros medios actuales, estas películas están cargadas de mensajes sociales que obran activamente en el desarrollo de la identidad del público juvenil que encuentra en ellas su sitio en el momento emocional de sus vidas. Tendemos a dar por hecho que la ideología detrás de tales películas es una que estimulará la imaginación, la inteligencia y la ética de nuestros pequeños, cuando en la realidad, no es así. (Giroux, 1999) Podemos tomar como ejemplo *Aladdín*, en donde aparecen numerosos ejemplos de actitudes negativas hacia los árabes como raza y como cultura, y en donde los héroes, siempre más atractivos físicamente, son de color más claro que los malos, y hablan con acento “normal” (los malos hablan con acentos supuestamente árabes muy pronunciados). Lo mismo ocurre en *El Rey León*, en donde los héroes parecen pertenecer a la aristocracia británica, mientras que personajes malos son más oscuros, y algunos (las hienas) hablan con acentos barriobajeros negros o hispanos (al menos en la versión original en inglés). El resultado final es un código que aprenden los niños: quien no encaje en el modelo blanco de clase socioeconómica media es malo, inferior, estúpido, o de alguna manera, una amenaza. (Giroux, 1999)

Los estereotipos de género que rigen en estas películas son igualmente perjudiciales para el sexo femenino, con papeles limitados por la ideología machista y patriarcal que

disemina Disney. De hecho, incluso los personajes principales femeninos se ven – en última instancia – subordinados a personajes masculinos, su poder y sus deseos siempre en función de éstos últimos. En *La Sirenita*, por ejemplo, Ariel se muestra una joven lista, rebelde y dispuesta a todo para conseguir sus sueños; claro está, tanto el objeto de sus sueños como la posibilidad de conseguirlos depende por completo de un hombre. Bella, en *La Bella y la Bestia* también es un personaje muy inteligente (y su sociedad le sanciona por ello), pero acaba por limitarse a ser el agente que le resuelve el problema para el personaje masculino de la Bestia. En *Pocahontas*, por muy libre que parezca ser, ésta está diseñada siempre en relación con los varones que le rodean: primero en cuanto a su resistencia a casarse con un guerrero de su tribu, luego en cuanto a su relación con John Smith. Y finalmente, en *Mulan*, la protagonista es sumamente independiente... hasta el final, cuando parece que el objetivo último no era, en realidad, conservar el honor de su padre y su familia (y salvar a China de los Hunos), sino captar al apuesto hijo de un general. (Giroux, 1999)

Giroux analiza otras películas emitidas por la casa, como *Buenos Días, Vietnam*, o *Pretty Woman*, encontrando nueva evidencia de estereotipos sumamente denigrantes, tanto de raza como de cultura y de género, aparte de unas perspectivas históricas tan sesgadas como para engañar a quien no haya vivido ese momento. Es lógico que insista en la importancia de enseñar a los jóvenes a hacer lecturas críticas de lo que observamos en los medios de comunicación de masas, aunque procedan de casas tan poderosas como la Disney. Sin embargo, explica, esto no es suficiente. Si Disney es capaz de recrear la memoria, o sea la historia, para planteárnosla como quiera, entonces será necesario crear en su joven audiencia una conciencia y un deseo de comprender la relación entre autoridad y poder y quién ejerce el control sobre las condiciones necesarias para la producción del conocimiento en general. (Giroux, 1999) Sabiendo que la empresa va mucho más allá de un simple entretenimiento, que presenta un mundo de fantasía totalmente ajeno a los conflictos, empeños, alegrías y relaciones sociales reales, que tiene como fin último lo lucrativo y no el bien público, y que tiene una influencia pedagógica extremadamente importante sobre los niños, resulta sorprendente que no haya habido mayor preocupación hasta más bien recientemente por el contenido ideológico de sus productos y los efectos de éste respecto a su joven audiencia. (Giroux, 1999) Al final, el autor sugiere cómo los profesionales involucrados en la cultura (empezando por los pedagogos, y pasando por otros medios no-corporativos productores de cultura, como

artistas, abogados, agentes de los servicios sociales...) pueden impedir que la cultura corporativa, hambrienta de consumidores, sustituya para siempre a la cultura civil, con sus ciudadanos activos y críticos, tan necesarios para sostener una sociedad democrática. (Giroux, 1999)

#### 3.3.4 El enfoque literario-histórico

También observando al imperio como productor de pedagogía cultural, Zipes recuenta la historia de los cuentos de hadas, trazándolos desde sus orígenes humildes y populares, pasando por su difusión aristocrática gracias a la impresión, y acabando con su vuelta a lo popular a través de los medios de comunicación de masas, en particular, el cine. Cuenta cómo Walt Disney se identificaba con dichos cuentos, debido a sus propias experiencias vitales, y cómo los revolucionó, convirtiéndolos en una verdadera institución cinematográfica. Zipes hace referencia en numerosas ocasiones – con obras como *Puss in Boots* y *Blancanieves y los siete enanitos* – al hecho de que Disney no ofrecía los argumentos originales de los cuentos de hadas que llevó a la gran pantalla, sino que los cambiaba según sus inclinaciones personales, echándoles una especie de “hechizo” que los haría más suyos. (Zipes, 1995) De hecho, propone una lista de las maneras: para empezar, la animación en sí cobra mayor importancia que el argumento, o sea que la historia se utiliza para hacer destacar los medios técnicos; de esta misma forma, es la imagen (y no tanto la voz) lo que seduce al espectador y le narra el cuento, las imágenes creando una sensación de unidad y de armonía; los personajes, por muy realistas que parezcan físicamente, se reducen a estereotipos, con roles meramente funcionales; los modelos conservadores estadounidenses así propuestos sirven un papel colonizador también para el público internacional; también aparece una insistencia temática en la limpieza, el control y la organización, lo cual se refleja en el control absoluto e impecable del tío Walt sobre cada fotograma; entonces, lo que se había convertido en un placer privado (la lectura), vuelve al ámbito de lo popular y lo impersonal, que es la visión del cine (por lo menos, hasta el invento del vídeo) con fines de entretenimiento; finalmente, se trata de un entretenimiento que no requiere de ningún tipo de reflexión por parte del público, gracias al hecho de que son obras unidimensionales, simplistas, cómodas y fáciles de digerir, sin necesidad de utilizar ni siquiera la imaginación para disfrutar de ellas. (Zipes, 1995)

Por su parte, Card hace referencia a las diferencias aparentes entre la obra de *Pinocho* de Collodi y la película animada de Disney. Quizás en donde más está de acuerdo la

autora con los demás críticos de este ámbito reside en el sentido de que la obra posterior carece de la profundidad moral de la obra original. Al eliminar de la historia los aspectos negativos, sucios y crueles – acción habitual en todo el imperio Disney – también elimina gran parte de los valores que los personajes (y el joven público) han de aprender, como en este caso, la confianza mutua, el cariño, la honestidad desinteresada y la empatía hacia los demás. (Card, 1995) Miller y Rode enfocan otras obras – *Canción del Sur* y *El libro de la selva* – para estudiar los prejuicios profundos que caracterizan su discurso del sí mismo. Los personajes de la primera película, emitida durante los años 40, reflejan sobretudo unos estereotipos racistas extremos al estilo de “Mammy” de *Lo que el viento se llevó*; en cuanto a la segunda película, emitida veinte años más tarde, reflejan estereotipos racistas, clasistas y sexistas más de acuerdo con la época, con el salvaje mono jazzístico Rey Louie y el oso perezoso pasota Baloo (referentes a personas negras), los buitres que hablan con acentos barriobajeros (en comparación con los acentos aristocráticos de Bagheera y los elefantes, por ejemplo), y los personajes femeninos que no tienen voz, a excepción de la pesada elefante materna y la niña que aparece al final de la película. (Miller & Rode, 1995)

### 3.3.5 En enfoque del físico y de la naturaleza

También encontramos estudios enfocados más en el tema de Disney como creadora de construcciones de género, por ejemplo, en el análisis de Bell titulado *Somatexts at the Disney Shop. Constructing the Pentimentos of Women's Animated Bodies*. En dicho artículo, la autora hace referencia a las figuras femeninas estereotipadas que aparecen constantemente en el cine animado de Disney, que pasan por el ciclo vital femenino, empezando por las bellezas inocentes adolescentes, pasando por las seductoras viciosas de mediana edad, y terminando con las abuelitas bonachonas. Algunas de las protagonistas más conocidas – Blancanieves, la Princesa Aurora de *La Bella Durmiente* y la *Cenicienta* – se basaban en modelos reales que eran bailarinas profesionales (señoritas menudas con tipos jóvenes y esbeltos), y el resultado era una serie de personajes con una postura casi demasiado erguida, y movimientos y pasos parecidos a los poco naturales del ballet clásico (Ariel, de una época más moderna, se basó en una joven actriz). Disney vendía dichos personajes para que las jóvenes de la audiencia pudieran identificarse con princesas y bailarinas a la vez. (Bell, 1995) Lo curioso es que esas protagonistas físicamente representaban el control, la fuerza y la disciplina pertenecientes al ballet, mientras que psicológicamente y a través de sus acciones, representaban la



pasividad personificada típica de la ideología patriarcal que enseñaba. (Bell, 1995) En contraste, las villanas que allí encontramos tienden a salir de una época más madura, pero todavía atractiva, de la vida de las mujeres. Desde la Reina Malvada de *Blancanieves y los siete enanitos*, hasta la Dama Trumain, Maleficent o Úrsula, nos encontramos ante personajes tipo “femme fatale”, o en el caso de la última, tipo “Divine” (uno de los travestis más extravagantes y conocidos en Estados Unidos en aquella época), que, a diferencia de las protagonistas inocentes, ofrecen una amenaza porque buscan sus sueños a través del engaño. (Bell, 1995)

Son los únicos personajes femeninos que se presentan en primer plano – incluso los únicos personajes que miran directamente a la cámara, y a menudo son presentados como si de un animal salvaje (con implicaciones sexuales) se tratara. Es más, en comparación con sus iguales masculinos (reyes, sobretodo), suponen una fuerza insuperable, ya que éstos se suelen presentar como inútiles, tontos, o simplemente impotentes. (Bell, 1995) Por supuesto, también están las hadas madrinas, las señoras mayores que sirven para ayudar a nuestras jóvenes protagonistas; como Flora, Fauna y Merriweather para la Princesa Aurora, Carlotta para Ariel, o la Señora Potts para Bella. Éstas ya han perdido las curvas peligrosas de la mediana edad, y a diferencia de las villanas, aparecen sin maquillaje ni adornos, están entradas en carne, y su forma de vestir y portarse nos recuerda a una abuelita maternal, bonachona y tranquila. Igual que las villanas, éstas producen magia, pero en este caso, para apoyar a los buenos; y en comparación con los típicos burócratas que son sus “iguales” en estas películas – de forma parecida a las villanas y los reyes – éstos representan la debilidad institucional (que suelen ser señores escuchimizados) en comparación con la fuerza de la magia maternal que ejercen estas señoras. Son estereotipos que han cambiado poco desde los andares de la jovencísima Blancanieves. (Bell, 1995)

Murphy también habla del género, pero desde el enfoque de la naturaleza, o en el caso de Disney, de la desnaturalización de ella. Explica que la visión que presenta el imperio de las mujeres es escapista y androcéntrica, y que dicha visión se evidencia también en su tratamiento de lo natural. Comienza por insistir en que, no es sólo el ser humano – sino el ser humano masculino – el centro del universo. En gran número de las películas animadas Disney, cuando los seres humanos no cobran protagonismo, son animales antropomorfizados, con características, actitudes y acciones propias de los seres humanos. Además, cuánto más humanos parezcan, más buenos son, y viceversa. Desde

*101 Dálmatas* hasta *El libro de la selva* hasta *La sirenita*, los animales que no hablan suelen encontrarse entre los malos, como un tiburón en esta última. (Murphy, 1995) También repite que, en películas como *El libro de la selva*, los personajes femeninos apenas tienen voz, representando una fuerza más cultural que natural. Y en obras un poco más modernas (de los años 90), y consideradas como más abiertas, también apreciamos una visión androcéntrica, esta vez enmascarada: en *La bella y la bestia*, por ejemplo, la protagonista sueña al principio con descubrir un mundo más amplio, pero tras realizar su función de civilizar a la Bestia, escoge vivir en el castillo, como princesa, leyendo los libros que la Bestia le ha regalado. (Murphy, 1995)

### 3.3.6 El enfoque del cambio social

Payne destaca otro elemento de la visión androcéntrica de Disney: haciendo referencia constante a sus experiencias personales de caza con su padre, nos explica su relación con la película *Bambi*, y con el reconocimiento de la frialdad de la relación patriarcal (que no paternal) que tiene el joven protagonista con su propio padre, el “Príncipe” del bosque. Quizás lo más interesante sea la razón por la cual este autor se interesó por el tema del género en dicha película: al visionarla por primera vez con su hija de menos de 3 años de edad, ésta reaccionó a la escena del nacimiento de Bambi diciendo “¡Ah, qué pequeña es!” suponiendo que, igual que ella, sería de género femenino. ¿Acaso tendríamos que saber, de entrada, que el protagonismo lo cobraría un personaje masculino? (Payne, 1995) En el caso de *La bella y la bestia*, la respuesta es “sí”, aunque a primera vista, la protagonista es Bella. Jeffords ofrece la teoría que, mientras durante los años 80, el típico héroe masculino reflejaba un ideal del hombre independiente, violento e insensible, sin necesidad de familia ni pareja ni con quién hablar, hubo un cambio drástico durante los años 90, hacia un ideal que implicaba que dichos héroes insensibles no se habían portado así porque tal fuera su naturaleza, sino porque desempeñaban demasiado bien su papel profesional, que pedía dicho tipo de personalidad, a costa de sus relaciones familiares. (Jeffords, 1995) Explica que, en *La bella y la bestia*, Gastón representa el típico machista que odiaría cualquier mujer con un mínimo de seso o autoestima (como Bella), mientras que la Bestia representa el hombre “nuevo” de los años 90, que sólo a través del amor y de la comprensión de los demás – es decir, de manera bastante pasiva – encontrará la redención por su insensibilidad en el pasado, y podrá convertirse en el nuevo ideal de hombre considerado, amante y sacrificado para con los suyos. (Jeffords, 1995)

Si la Bestia es un personaje masculino que refleja un cambio social importante, Ariel de *La sirenita* podría considerarse un personaje femenino que refleja otro tipo de cambio social. Comenta Sells que esta joven protagonista representa la tendencia de las mujeres en la sociedad actual de poder elegir, o tener voz, o tener acceso al mundo (masculino y blanco), pero nunca las dos cosas a la vez. El deseo del personaje de conocer mundo refleja la autonomía e independencia que su propio mundo no le ofrece; no ayuda el hecho de que la única salida que propone Disney para sentirse realizada es el matrimonio. (Sells, 1995) En cambio, sí observamos algo positivo en la manera por la que Ariel llega a ese final feliz, y sorprendentemente, es a través de su relación con la villana, Úrsula. Gracias a los consejos de ésta, la protagonista aprende que el género no es una categoría natural, sino una construcción y una representación. Úrsula se presenta como una bestia – la monstruosidad que es el poder femenino para Disney – y una bestia peligrosa que hay que matar, pero dicha presentación no basta para deshacer la lección que aprende Ariel: que el género es cómo *se presenta* una persona como varón o como mujer, y no necesariamente cómo una persona *es* como tal. (Sells, 1995)

Los estudios sobre los mensajes respecto al género no acaban allí. Resulta que ni siquiera la influencia maternal tiene cabida para este imperio; como observamos, las madres son escasas en sus películas animadas. O han muerto, o carecen de voz, o sencillamente no se les menciona. (Haas, 1995) Como mencionamos antes con el libro de Griffin, los papeles que podrían guardar alguna semejanza con lo maternal o incluso con actitudes potencialmente más liberales hacia los papeles de las mujeres – *Mary Poppins* y *La bruja novata* tienden hacia lo homosexual (de manera muy sutil), aunque dichas obras contienen comentarios marcadamente patriarcales y antifeministas a través de la crítica entendida de personajes como el padre y la madre de los niños en *Mary Poppins*. (Cuomo, 1995) Incluso en Walt Disney World, se puede apreciar un androcentrismo con enfoque masculino, por ejemplo, en una presentación de Kodak en la cola para entrar en el espectáculo *Captain E/O*, a través de una falta de imágenes referentes a personas femeninas. En este caso, se trata del ciclo vital de un personaje varón, en donde pasa desde su infancia, por el matrimonio y hasta la paternidad; aquí, los únicos personajes femeninos son niñas, adolescentes y novias, pero ninguna embarazada, madre, abuela, etc. (Fernández, 1995)

### 3.3.7 El enfoque de la cara pública/privada de Walt Disney

Hoy en día se encuentra una bibliografía bastante más amplia – que hace veinte años – sobre el imperio Disney, el contenido de su obra, y los efectos que pueda ejercer sobre quien la consuma. Pero serán, quizás, las investigaciones de Wasko de las que más nos interesan por sus enfoques multifacético e internacional. Esta autora impartía asignaturas universitarias dedicadas a Disney como fenómeno mediático, estudiándolo desde distintas perspectivas para poder comprenderlo en toda su complejidad. Ante todo, como comenta en *Understanding Disney*, no hemos de confundir a Disney – se trate del mismo Walt Disney, de la Walt Disney Company, de los parques temáticos, etc. – con la imagen que pretende mantener ante su público: Disney no es ni inocente ni altruista, sino que es y siempre ha sido una empresa con intereses económicos. De hecho, cuentan de Walt Disney que su mayor creación – teniendo en cuenta que dejó de dibujar allá para finales de los años 20 – fue el mismo personaje de “Walt Disney”. Destaca por ser un ejemplo perfecto del “sueño americano”: empezó desde cero, en una familia más bien pobre, para luego alcanzar riqueza, popularidad y poder como no se lo podría haber imaginado. (Wasko, 2001)

Lo que sí era, como persona, no se encuentra en las obras publicadas por la empresa, porque supondría mala publicidad, contrastando con la imagen que siempre pretende vender. Efectivamente, fue un empresario sumamente perspicaz: se le considera un genio del “merchandising” y del “marketing” (durante los años 30 ya había vendido derechos a usar sus personajes en la venta de productos afines y ajenos, y hasta los años 70, era prácticamente el único de Hollywood que hacía merchandising, con unas ganancias enormes para la casa); logró salir de una huelga importante e indicativo de las desiguales condiciones y salarios existentes a principios de los años 30; encontró una forma de mantener el estudio a flote durante los años 40, básicamente vendiéndose al gobierno y al ejército estadounidenses, produciendo películas propagandísticas y “educativas” para ambos y hasta proporcionándole al segundo un lugar donde instalarse temporalmente; fue de los pocos del cine que supieron aprovechar y se atrevieron a buscarse un hueco en el mundo de la televisión ya desde sus inicios en los años 50; tampoco tenía miedo a probar con otras posibles fuentes de ingresos, como en el caso de su primer parque temático, Disneyland, que abrió las puertas en el año 1955; y todo esto siendo Walt Disney Studios todavía una de las productoras más pequeñas de Hollywood. Sin embargo, según las historias contadas por quienes habían trabajado con él, o al menos, en su empresa, se

trataba de una persona autoritaria, sexista, antisemita, racista, obsesionada con el control absoluto de la producción y el contenido de las obras emitidas por la productora, y en llevarse personalmente todo el crédito por lo que saliera de su estudio (durante décadas, el único nombre que figuraba en sus dibujos animados cortos era el suyo).

Sin duda, es éticamente cuestionable el hecho de que se apropiara de obras y personajes creados por otras personas – tomemos como ejemplo los libros sobre Winnie the Pooh (de Milne), Mowgli (de Kipling), o Peter Pan (de Barrie) – de tal manera que ya nadie sospecha que su procedencia pudiera ser otra que la casa Disney. Y la relación que llevaba con las mujeres parecía inexistente, o al menos débil, ya que en sus propias historias, apenas mencionó a su madre (como en la mayor parte de sus largometrajes “Clásicos”), se casó con una empleada suya porque su hermano se marchaba de casa y necesitaba a quien le hiciera la comida, llevaba una empresa en donde imponía una segregación y una subordinación (sin mencionar la desigualdad de sueldos) por sexos, y ni siquiera consideró a sus hijas a la hora de pensar en quién le sucedería en la empresa cuando él se marchara. (Wasko, 2001)

La empresa se conoce desde el principio por el uso de medios y métodos tecnológicamente innovadores, y no sólo en sus películas, sino también en sus parques temáticos; entre esto y el saber empresarial, ha llegado a ser una de las corporaciones más poderosas del mundo. Esto no quiere decir que todos los que contribuyen al imperio reciban su paga proporcional; de hecho, los más altos cargos, empezando por Disney, se conocen también por sus ingresos desorbitantes procedentes de las ganancias de la empresa, y reflejan una desigualdad de sueldos entre trabajadores dentro de la misma. Por otra parte, “Team Disney” sacó a la empresa de la ruina en los años 80, en parte a través los “Clásicos” de los años 90 (empezando por “La sirenita”), y en parte debido a la expansión hacia otros medios. (Wasko, 2001)

El imperio ya no es solamente la Walt Disney Company, sino que ahora tiene también ingresos de sus múltiples productoras cinematográficas como Buena Vista, Touchstone, Hollywood, Caravan, Miramax, y Merchant-Ivory, la venta de cintas de vídeo y ahora DVDs/BluRay..., la programación televisiva – con Buena Vista Television, Touchstone, Walt Disney, Walt Disney Televisión and Televisión Animation, The Disney Channel, etc. –, versiones musicales teatrales de sus “Clásicos”, los productos musicales que salen del Buena Vista Music Group – que incluye, entre otros, Hollywood Records, Mammoth

Records y Lyric Street Records –, la venta de productos relacionados (merchandising) desde productos infantiles y educativos hasta artísticos y coleccionables, sin hablar del mundo informático, el marketing de productos en otras empresas y tiendas, las publicaciones de libros, tebeos y revistas, los parques temáticos y sus hoteles y centros de ocio correspondientes en California, Florida, Japón y Francia, la línea de cruceros, al menos un equipo profesional (los Mighty Ducks de Anaheim, California), la enorme rama de I+D (“Imagineering”), las adquisiciones en televisión, radio y televisión por cable (innumerables), y por supuesto, todo lo anterior aplicado a un nivel internacional. (Wasko, 2001) El aspecto internacional lo veremos en mucho más detalle a continuación, cuando indagemos en el estudio realizado por esta misma autora. Pero antes, veamos sus reflexiones sobre los distintos análisis posibles de las obras de Disney.

Una supuesta cita del “Tío Walt”, donde parece intentar distanciarse de toda responsabilidad por el contenido de sus films, dice que hacen las películas, y dejan que los profesores expliquen su significado. (Wasko, 2001) Se han realizado numerosos estudios académicos de las obras, y Wasko cita una serie de características que considera “clásicas” (presentes en los “Clásicos” y otras obras). Incluyen a) un estilo definido por ser un entretenimiento “ligero” o superficial, acompañado por música y humor normalmente físico, b) una historia que habitualmente procede de cuentos de hadas o del folklore, contada desde un modelo clásico del cine de Hollywood, c) personajes animales antropomorfizados (con características humanas) y neotenizados (con características infantiles), héroes, heroínas, villanos y secuaces estereotípicos, y representaciones también estereotípicas de género y de etnicidad, y d) temas y valores reflejando el medio estadounidense, el individualismo, la ética del trabajo, el optimismo, el escape, la fantasía, la magia y la imaginación, la inocencia, el romance y la felicidad, y la lucha (y la victoria) del bien sobre el mal. (Wasko, 2001) Los enfoques que cita incluyen, como ya hemos visto, la crítica por la interpretación de Disney de obras de literatura infantil el análisis feminista (insiste que los héroes tienen éxito por lo que hacen, mientras que las heroínas lo consiguen por su físico o su temperamento, si no es por la obra de algún personaje masculino), la perspectiva psicoanalítica, la crítica marxista, o la crítica de la “naturaleza” Disneyana. (Wasko, 2001)

Llega Wasko a la conclusión que los productos de Disney están creados cuidadosamente para que se les identifique primero como tales, es decir, no como productos de tal o cual tipo sino *de Disney*. También explica que, para mejor comprender

el fenómeno de Disney, hay que tratar la recepción y el consumo de los productos del imperio, y por esto estudia los efectos de los productos a nivel mundial para ver la empresa como una marca, y los significados que la gente le atribuye. (Wasko, 2001) Dirigidos a un público de “toda la familia”, aunque habitualmente se considera que los productos de Disney son para niños, en realidad, buscan atraer a consumidores de edades diversas, y vemos el resultado, por ejemplo, en el hecho de que por cada niño que visita Disneyland, acuden cuatro adultos. Se queja de que, aunque se realicen muchos estudios sobre los productos en sí y los mensajes que puedan expresar, se hacen más bien pocos confirmando las expectativas que sirven como conclusiones a través del contacto con el mismo público (para la fecha de la publicación de su libro). De los que sí se han realizado, cita varios que tratan de la opinión de voluntarios (universitarios estadounidenses) en cuanto a Disney, sus productos, y los efectos de éstos sobre sus vidas. No resulta sorprendente que los resultados hayan sido parecidos: los participantes tienden a reflejar actitudes contradictorias, por una parte, insistiendo en que lo Disney es infantil, pero por otra parte reparándose en cuánto ha significado para ellos. (Wasko, 2001)

La autora divide al público de Disney en distintas categorías, aplicables en general, ya que va desde los más fanáticos hasta los más antagonistas. Empieza por los fanáticos, personas cuya admiración por el “reino mágico” llega a extremos desconocidos, como la decoración de sus hogares – o de sus propios cuerpos, con tatuajes – a la Disney, asistiendo a los parques miles de veces, o a congresos de “Disneyana”. Los aficionados puede que vean todas las películas, e incluso sean miembros de algún club de fans o coleccionen algún tipo de producto de Disney. Luego están los consumidores que admiran a Disney por razones más estéticas o creativas, o sea, por la animación. Están también los consumidores que lo son no porque quieran sino por verse casi obligados, ya que, por lo menos en Estados Unidos o España, por ejemplo, estamos completamente bombardeados por productos de Disney (películas, cintas de vídeo, libros, música, parques temáticos, etc.); y están las personas que sencillamente no sienten ningún interés por ello, y prefieren hablar de otras aficiones. Los hay que se resisten abiertamente a todo lo relacionado con Disney, y los que actúan en contra suya, desde izquierdistas en contra del consumismo y de la globalización hasta derechistas en contra de los valores escandalosos que dicen expresa Disney (como en el caso de los bautistas que vimos antes). Curiosamente, los dos extremos se preocupan por lo mismo: la avaricia corporativa, temas laborales, y los morales problemáticos. En fin, de las categorías examinadas, la única que apenas se ve es

la de las personas indiferentes, que lógicamente son las personas que menos se expresan al respeto. (Wasko, 2001) Quizás lo más importante sea que se trata de un fenómeno que toca a prácticamente todos.

Wasko y su equipo han dado un paso más, y han aventurado a hablar con audiencias a un nivel internacional. Una de sus hipótesis fue que, aunque Disney individualiza productos para cada país donde se comercializan, los valores que propugna son constantes en general (y en su recepción), y los consumidores lo verán como inofensivo, subestimando su propia exposición a los productos del imperio. Los adultos lo verán como perfectamente adecuado para sus hijos, sin considerar los efectos que puede haber tenido sobre su propio desarrollo psicosocial (socioeconómico, político, etc.). En efecto, cuenta que se confirmó esta hipótesis. Además, ciertos valores constantes de Disney se han recibido y comprendido en todas las culturas consultadas; esos valores o temas incluyen la familia, la imaginación, el bien sobre el mal, la felicidad, la magia y la diversión. Esto demuestra para la autora que la empresa es capaz de comunicar valores específicos a través de barreras culturales, a pesar de las diferencias culturales o lingüísticas. Eso sí, los entrevistados tendían a ser más conscientes que el estadounidense medio de la realidad de la Disney corporativa, y no estaban de acuerdo con la avaricia, manipulación, y monopolización de ésta, habitualmente separando su opinión sobre la empresa de su opinión de los productos de ésta. Tengamos en cuenta también que – en un estudio internacional, que no solamente estadounidense – menos del 1% de los entrevistados no había tenido ningún contacto con ningún producto de Disney. (Wasko, 2001)

Expresan que no pretende ser totalmente representativa la muestra de participantes en los 18 países en donde los investigadores llevaron a cabo el estudio: en total, 1252 voluntarios universitarios procedentes de 53 países, representando los cinco continentes (aunque no hubo ningún participante español). Debido a la formación de los participantes, suponían una muestra algo mejor formada que la media, pero también un grupo ideal por encontrarse física y psicológicamente entre la juventud y la madurez (con los recuerdos infantiles aún vivos, pero también con la capacidad intelectual para negociarlos y el deseo de no parecer demasiado jóvenes), por tener cierta disposición crítica – o a favor o en contra, o una mezcla – y el conocimiento suficiente sobre ciencias económicas, sociología, psicología, historia, la empresa Disney, etc. para poder realizar un análisis personal más profundo, y por ser uno de los públicos principales a los cuales se dirige



Disney. (Wasko, Phillips & Meehan, 2001) Destaca el hecho que, en general, cuando se habla de Disney, se suele pensar primero en los denominados “Clásicos”, y no tanto en los parques, las publicaciones, las emisoras de radio, etc. De hecho, no solamente se piensa en dichas películas, sino que se piensa en las más antiguas antes que en las más modernas, que para muchos representan al “nuevo” Disney, caracterizado por Eisner, “Team Disney”, el negocio en sí, el consumismo, la globalización, la masificación y el imperialismo cultural. Sin conocer cómo era el Tío Walt en realidad, se le asocian a él y a las películas generadas mientras vivía con el genio creativo y con el entretenimiento sano e inocente. (Wasko, Phillips & Meehan, 2001)

Aunque la mayoría de los participantes se expresa en contra de las prácticas empresariales/imperialistas/capitalistas de Disney, también la mayoría habla de sus películas o parques o tebeos, etc. (y de sus recuerdos infantiles de ellos) con cariño e incluso nostalgia. Son muy pocos los que critican al cien por cien el contenido de los productos de Disney; de hecho, muchos afirman que piensan proporcionárselos a sus futuros hijos por considerarlos inofensivos, amenos, para disfrutar en familia, optimistas, limpios e incluso educativos. Los hay que llaman la atención al sexismo de los últimos largometrajes animados “Clásicos”, reconociendo el esfuerzo por Disney de presentar personajes femeninos más independientes y liberales, pero indicando que, en el fondo, son féminas estereotipadas por su físico impecable e irreal – como una muñeca Barbie – que sirven de objeto sexual y que acaban viendo o recibiendo (que no logrando por su cuenta) sus sueños cumplidos por personajes varones, normalmente con fines románticos. Los hay que llaman la atención al racismo y a la xenofobia, debido a los estereotipos mostrados por estas mismas obras. Y los hay que opinan que, en cada caso, se trata de un reflejo de la naturaleza humana o de instituciones sociales reales. (Wasko, Phillips & Meehan, 2001) Nos interesa ver si esto último es cierto para el contexto cultural español.

### 3.4 Estado de la cuestión: bibliografía actual

A 31 de mayo de 2017, si hacemos una búsqueda en Google de las palabras “Disney gender”, salen 473.000 entradas. Asimismo, si buscamos a través del término “Disney género”, salen 40.800 entradas. La proliferación de artículos sobre el factor género en Disney es abrumadora y, no es para menos. Reconocida la presencia del imperio Disney a nivel internacional, los distintos aspectos de dicho factor género – roles, estereotipos, violencia, protagonismo – en los productos de Disney se han convertido en un tema de conversación, estudio y crítica, desde un nivel de foros de cinéfilos, padres, estudiantes...

pasando por memes y propuestas populares de todo tipo en páginas web como Pinterest y YouTube, por artículos en blogs, periódicos y revistas populares, hasta investigaciones formales publicadas en revistas científicas y especializadas, o presentadas en universidades en forma de trabajos de fin de carrera, tesis de máster y tesis doctorales.

Para esta parte de nuestro estudio, dada la envergadura del material disponible y, con el fin de citar fuentes con un enfoque más científico o académico, se ha limitado a buscar una muestra de trabajos de éstos últimos: las investigaciones formales publicadas en fuentes científicas y especializadas, o como tesis universitarias. Se ha recopilado una serie de documentos con distintos enfoques teóricos y prácticos y de diferentes países, a ser posible con el objetivo de Disney y algún aspecto del factor género. También se ha procurado encontrar materiales que traten específicamente de los medios de comunicación, la socialización, la identidad de género, el lenguaje utilizado, los valores o los sueños/deseos/objetivos expresados. El propósito aquí no es tanto metodológico, como para hacernos cuenta de los trabajos y enfoques surgidos en estos primeros años del siglo XXI. También conviene indicar que hay un empalme significativo de temáticas de estos trabajos, por lo que están ordenados por enfoque. Empezamos con el tema del lenguaje que se observa en el producto estudiado, ya que en nuestro caso no se trata del idioma original, sino de una traducción de otro.

#### 3.4.1 Enfoque: el lenguaje y la traducción de las películas de animación

Repullés realiza un análisis de la traducción de películas animadas modernas, basándose en la importancia a nivel internacional de los productos de Disney y “la relevancia que ha tenido en este auge la traducción audiovisual, tanto en el plano lingüístico como sociocultural”. (Repullés, 2015, Resumen) Este trabajo no trata específicamente del tema de género, pero sí de Disney y del lenguaje utilizado en los largometrajes animados de esta productora. Además, explica que la animación se ha convertido en un género de cine más a estudiar en el campo de la traducción, aunque al principio no se le daba tanta importancia por dirigirse a un público infantil menos exigente y, comenta que los distintos componentes de este producto mediático tienen características que les diferencian de otros géneros cinematográficos.

Primero, en el caso de los personajes,

“los productos de animación son más fáciles de traducir, pues las normas que atañen tanto al doblaje como a la subtitulación no son tan estrictas: no es tan

complicado ajustar la traducción a los actores (los labios, por ejemplo, no suponen un gran problema) y la sincronía de la traducción no es tan importante como en las películas con actores reales. Tan sólo la isincronía (la longitud de la frase) se debe de tener en cuenta de manera especial para que los diálogos y los tiempos se ajusten a las imágenes”. (Repullés, 2015, p. 48)

Aquí dependen más de los actores de doblaje para aportarle “realismo al texto meta”. Respecto al público, relaciona estos largometrajes a niños de 7 a 12 años o de 12 años en adelante (lo último con el fin de ampliar el alcance del público). Por esto, opina que se observa aquí más doblajes que subtítulos, porque los niños pueden tener dificultades “para entender el idioma extranjero, si no son bilingües (por eso se traduce), y para leer las líneas del subtitulado”. (Repullés, 2015, p. 49) En cuanto al tercer componente, el lenguaje, “el traductor ha de tener especial cuidado en usar un lenguaje cercano a su audiencia potencial (infantil, adolescente, joven o adulta), que resulte natural a la vez que cuidado”. (Repullés, 2015, p. 49) Para los niños se ofrece entretenimiento y, por esto, se evita usos lingüísticos que puedan resultarles difíciles de seguir, lo que suele suponer un trabajo de traducción más sencillo que uno dirigido a un público adulto. El último componente es el contenido y esto lo determina el público. Explica que “la animación televisiva atiende más a la franja de edades inferiores, mientras que el cine suele dirigir sus contenidos a públicos de la franja de 7 a 12 o de 12 en adelante, ya que parecen más susceptibles de ir a las salas de cine”. (Repullés, 2015, p. 50)

Una vez asumidas estas características específicas del medio, debe atender a las peculiaridades lingüísticas, culturales y audiovisuales (así llamadas por Hernández Bartolomé (2004)) del texto original. Repullés realiza un estudio minucioso del proceso de traducción de este tipo de material y de los largometrajes de Disney en particular, tocando la traducción y el doblaje, los factores y restricciones presentes en el proceso. Cita ejemplos de diálogo de distintas películas en los distintos periodos históricos, también incluyendo alguna canción para cada película, refiriéndose, claro está, a los elementos anteriormente mencionados de la traducción. Al final llega a conclusiones que van mucho más allá de los aspectos técnicos de la traducción. Destaca ciertos cambios de la productora, como la reorientación de sus productos para llegar a un público más amplio, intentando atraer a más adultos. Al empezar a considerar los dibujos animados como un producto rentable, que no sólo infantil, también ha tenido que encontrar nuevas formas para apoyarlos, como el caso de los buenos actores de voz, que en español no se valoró tanto hasta después de la muerte de Walt Disney. Por último, llama la atención a la

“evolución en el concepto de ‘clásico Disney’”. No se ha alejado mucho del concepto tradicional de héroe vs. villano, pero algunos personajes se han modernizado, explica, como en el caso de Ariel, de *La sirenita*, una “heroína luchadora... [que] era impensable en las producciones anteriores”. (Repullés, 2015, p. 214)

En su artículo publicado en *Savoirs En Prisme*, “La traducción de canciones en el cine de animación. Estrategias y elecciones en las versiones española, francesa e italiana de “Let it Go””, de los Reyes nos da un paso más en el ámbito de la traducción, desde la animación hasta las canciones del cine de animación. Utiliza un ejemplo moderno que, además, lleva dos traducciones completamente diferentes en la versión visionada en España, sin tratarse de “redoblaje”, sino de dos versiones que aparecen en la misma cinta: una durante el transcurso del argumento y la otra en los créditos finales, esta última cantada por una cantante juvenil muy famosa entre los niños y jóvenes. Para empezar, explica la importancia que siempre ha tenido la música en las obras de cine. Incluso en el cine mudo, “un músico acompañaba en directo las imágenes enfatizando el dramatismo fílmico. En la transición al cine sonoro, la música siguió siendo fundamental a la hora de establecer el ambiente y el tono de las películas, especialmente en el cine de animación, donde la imagen se subordina al sonido y no al contrario”; explica, además, que

“el cine de animación y la música siempre han ido de la mano. El efecto de familiarización en el público es tal que nos resultaría extraño ver una película de dibujos que no tuviera ningún tipo de música... Esto es especialmente manifiesto en películas de animación dirigidas al público infantil, ya que éstas suelen incluir canciones y números musicales, muy apreciados por los niños. Al trasladarse a otras lenguas y culturas, estos filmes y sus canciones se someten a un proceso de traducción audiovisual (TAV) que permite al público meta disfrutar de la película en su lengua materna”. (de los Reyes, 2015, sin numeración)

Comenta que, aunque muchas veces no se doblan las canciones, y se dejan en su lengua original subtituladas, en el caso del cine con audiencia infantil, sí se doblan, porque gran parte del público aún no tiene suficiente nivel de lectura como para seguir los subtítulos y puede perderse el mensaje y sentirse excluido y decepcionado. Dentro de la traducción, entonces, se refiere a la métrica, el ritmo y la rima, lo cual hace que se parece a la tradición poética, añadiendo el significado y, lo que ya mencionó Repullés (2015, sin numeración), “la sincronía, es decir el ajuste del guion escrito a lo que aparece en pantalla, en concreto a los movimientos corporales y articulatorios de los personajes”: la fonética, la cinésica, isocronía. Luego pasa a referirse al hecho de que, aunque se trata oficialmente de una

película infantil, en la práctica, como los adultos acompañan a los niños al cine, se intenta ofrecer entretenimiento a dicho público adulto también, incluyendo “pequeños guiños, dobles sentidos o referencias dirigidas al público adulto que éste espera ver reflejadas en la traducción”. (de los Reyes, 2015, sin numeración)

Para analizar la traducción de la canción en sí, hace referencia al argumento, la tonalidad de la música, la tonalidad de la imagen y el sentimiento que se intenta mostrar. También trata del ritmo, el número de sílabas, la rima y, “en el plano lingüístico-contrastivo, la búsqueda de la rima da pie al uso de estructuras sintácticas forzadas y literales en la VE, como los siguientes hipérbatos: “ni una huella queda ya” en lugar de “no queda ya ni una huella” o “la nieve brilla esta noche aquí más” en vez de “esta noche la nieve brilla aquí más””. (de los Reyes, 2015, sin numeración) Llama la atención al hecho de que “desde el punto de vista formal, la [Versión Española] reproduce al milímetro la estructura original de repetición de versos y palabras, mientras que [la francesa y la italiana] apuestan por la creatividad, enriqueciendo semánticamente el texto meta”. (de los Reyes, 2015, sin numeración)

Explica que el doblaje de las canciones implica una interpretación de la letra “por lo que, además de la fidelidad al mensaje original, en la traducción se tienen en cuenta varios parámetros que garantizan que el texto meta se pueda cantar, tales como el ritmo, la rima o la fluidez”. (de los Reyes, 2015, sin numeración) Concluye que no se puede analizar la traducción de canciones “exclusivamente desde un punto de vista lingüístico... Las estrategias y elecciones de traducción varían dependiendo de la importancia que el traductor otorga a estos códigos [semióticos] y del resto de factores, externos e internos, que influyen en el [texto audiovisual]”. (de los Reyes, 2015, sin numeración)

Escandell incorpora el factor género al estudio de la traducción, observando el tema del sexismo desde la perspectiva lingüística de la traducción audiovisual (con ajuste para doblaje). Para cuatro películas de Disney (*Blancanieves y los siete enanitos*, *La sirenita*, *La bella y la bestia* y *Aladdín*), cuenta el argumento, las características físicas y psicológicas de los personajes y el sexismo que observa en el lenguaje y en las situaciones que ocurren. A continuación, crea una propuesta alternativa, con un lenguaje no sexista, citando la Teoría de la Manipulación: “Desde la perspectiva de la literatura objeto, toda traducción implica cierto grado de manipulación del texto fuente para cierto propósito” (traducción propia) y, también citando el artículo de Olga Castro: “Género y Traducción:

elementos discursivos para una reescritura feminista”, que insiste en la contribución de la traducción para erradicar la discriminación de género. (Citada en Escandell, 2013, p. 43-44) Presenta un ejemplo de *Blancanieves y los siete enanitos*, donde se atribuye a la madre las tareas de la casa:

“Texto original: “Why they’ve never swept this room? You’d think their mother would... maybe they have no mother!” (17’40”).

Texto traducido: “¿Creéis que su madre...? (se asusta al pensarlo) ¡A lo mejor no tienen madre!” (17’00”).

Propuesta alternativa: ¿Creéis que debe vivir alguien aquí? (se asusta al pensarlo) ¡A lo mejor se trata de una casa abandonada!””. (Escandell, 2013, p. 45)

Es decir, elige una traducción que transmite correctamente el significado y el sentimiento del texto original – dentro del contexto dado – y la transforma o manipula con el fin de eliminar los estereotipos de género o los comentarios sexistas que se presentan tanto en el texto original como en el texto traducido. Efectivamente se pierden matices de la obra original de esta manera, pero mientras no cambie el argumento, puede resultar interesante de cara a un producto menos sexista. Explica:

“Los únicos problemas que pueden solucionarse [respecto a los mensajes de este tipo] son los relacionados con el guion, es decir, los lingüísticos, ya que es lo único a lo que tenemos acceso. El sexismo inserto en las imágenes, como ya hemos dicho, no puede manipularse por lo que sólo puede eliminarse el sexismo lingüístico”, insistiendo que “la factoría Disney defiende unos valores con los que no nos sentimos identificados, por lo que éste ha sido un trabajo útil para fomentar un espíritu crítico, para denunciar el estereotipo femenino promovido en los filmes analizados y, sobre todo, para criticar el inmovilismo social transmitido por la factoría Disney desde sus inicios hasta el momento”. (Escandell, 2013, p. 62-63)

La importancia de este sexismo y de estos valores que se presentan en estos productos mediáticos creados para un público infantil es lo que estimula nuestro estudio, por la influencia que pueden tener los medios de comunicación, en general – y las canciones, en particular – en la socialización y la identidad (de género) de dicho público.

### 3.4.2 Enfoque: los efectos de los medios sobre los consumidores

En su declaración política de la *American Academy of Pediatrics* respecto al impacto de la música, las letras y los vídeos musicales sobre los niños y los jóvenes, esta

organización pone de manifiesto los hallazgos de varias investigaciones realizadas sobre esta realidad social. En algunos estudios citados, encuentran, por ejemplo, que el 85% de niños y jóvenes de 8 a 18 años de edad en EE. UU. oyen música una media de 1,5 a 2,5 horas al día (aunque esta cifra puede llegar a 6,8 horas al día) o, que el 98% de una muestra pequeña de niños de 9 a 11 años de edad oyen música a diario o casi a diario o, que niños de 8 a 10 años de edad oyen música una media de 1 hora al día. Otros estudios hablan de los efectos de la música popular – de las letras en particular – sobre el trabajo en el colegio, las interacciones sociales, los humores, la afectividad y, sobretudo, el comportamiento, de los que consumen dicha música. Dado que las letras de la música popular se han vuelto más explícitas al hablar de las drogas, el sexo y la violencia a lo largo de los años, además de incorporar en ocasiones mensajes racistas, homófobos o misóginos, muchos estudios han intentado establecer hasta qué punto esto influye en los consumidores.

Algunos investigadores insisten que los niños y adolescentes no prestan apenas atención a las letras de las canciones, sino que sólo escuchan la música para fines de entretenimiento. Sin embargo, otros estudios han reflejado que los oyentes disfrutan de la música específicamente porque las letras reflejan sus sentimientos. De hecho, varios estudios han demostrado que el gusto por ciertos tipos de música va acompañado por ciertos comportamientos, normalmente asociados al consumo de drogas o alcohol, al riesgo de suicidio, a la depresión, al riesgo de delinquir o sencillamente a comportamientos imprudentes o arriesgados. (González de Rivas, 2009) En un estudio incorporando el análisis de contenido de algunos vídeos musicales que muestran imágenes de género estereotipadas, los universitarios que los veían mostraban una mayor aceptación de relaciones conflictivas, mientras en otro estudio, esta vez de niños varones de 12 a 13 años de edad, el hecho de visionar vídeos musicales y lucha libre, esta actividad se asociaba a niveles mayores de aceptación de violaciones en citas. No se pretende mostrar una relación causa-efecto, pero sí una correlación. Tras la presentación de estos hallazgos, la *American Academy of Pediatrics* recomienda a los pediatras indagar más en los medios que consumen sus pacientes y en los estudios actuales relacionados con la influencia que éstos tienen sobre los niños y los jóvenes; también recomienda que los pediatras fomenten una concienciación mayor, por parte de los padres, de los contenidos y los efectos de los medios que consumen sus hijos, entre otras cosas. (González de Rivas, 2009)

En “Las princesas de Disney: lo que aprenden las niñas mexicanas a través de las películas”, González Alafita, Villasuso y Rivera comentan los resultados de las entrevistas que hicieron a una pequeña muestra de niñas mexicanas, con el fin de contestar a dos preguntas principales: “P1: ¿Qué tipo de información transmiten las películas de Disney a las niñas mexicanas? P2: ¿Cuál es la realidad que perciben las niñas mexicanas a través de las películas de princesas de Disney?”. (González Alafita, Villasuso & Rivera, 2012, p. 1507) Las investigadoras eligieron como objeto de estudio a un grupo de niñas de entre 4 y 9 años de edad (mayor que la edad de 3 a 6 años que proponen Rodríguez Rosell y Melgarejo Moreno como audiencia infantil), opinando que reflejan mejor la audiencia que actualmente visiona las películas de princesas de Disney. Nombran valores y antivalores que aparecen en dichas películas, incluyendo “amistad, amor, belleza interior, bondad, comprensión, compromiso, fidelidad, humildad, igualdad, respeto, responsabilidad, tolerancia, valentía, verdad, solidaridad y superación personal” por una parte y, “arrogancia, egoísmo, envidia, hipocresía, rudeza o sumisión” por otra. (González Alafita, Villasuso & Rivera, 2012, p. 1509) Esto lo hacen, basándose en el hecho, que

“los medios muestran una realidad que propone modelos, patrones de conducta y de actitud que, operando por repetición, pueden irse incorporando en los esquemas cognitivos del niño ya que desde los primeros años los infantes están expuestos a una gran cantidad de material mediático que transmite representaciones sociales que refuerzan esquemas de comportamiento”. (González Alafita, Villasuso & Rivera, 2012, p. 1508)

De cara a la metodología y la recopilación de datos para su estudio, les preguntaron a las entrevistadas, por ejemplo, por sus princesas favoritas y las que menos les gustaban y las razones de por qué, cómo son dichas princesas y cómo tendrían ser las mismas entrevistadas si fueran princesas. Cuando les preguntaron sobre las princesas que más y menos les gustaban, contestaron más por razones físicas y estéticas (apariencia en general, pelo, vestimenta) que por cuestiones de su forma de ser o por sus acciones. Cuando les preguntaron sobre cómo son las princesas (refiriéndose tanto al aspecto físico como a su forma de ser), respondieron con una mezcla de atributos físicos y comportamientos. Fue cuando les preguntaron por cómo tendrían que ser las mismas entrevistadas si fueran princesas, cuando en mayor medida hicieron referencia a valores más allá de la apariencia física, hablando de modales, respeto, educación... además de las típicas referencias sobre la estética.



Observando además que las entrevistadas declaraban jugar a las princesas con sus amigas – sin importarles demasiado que a sus amigas les gustasen princesas distintas – y que tenían vestidos y otros accesorios y productos de *merchandising* relacionados con las princesas, las investigadoras llegan a la conclusión de que estas películas de princesas sí influyen en la socialización de las niñas mexicanas, estando presentes en su vida cotidiana, hasta “tal punto que las niñas quieren imitar todo lo que hacen las princesas”. (González Alafita, Villasuso & Rivera, 2012, p. 1515) Es más, concluyen que “los valores y antivalores que se muestran en las películas para pequeñas se convierten en un parámetro de ideal de vida. Esto las induce a tener una perspectiva de cuáles deben de ser sus comportamientos y cuáles no, esto para lograr tener una “vida con sentido” que muestra la realidad creada por las películas”. (González Alafita, Villasuso & Rivera, 2012, p. 1515)

Coyne, et. al. llegan a una conclusión parecida en “Pretty as a Princess: Longitudinal Effects of Engagement With Disney Princesses on Gender Stereotypes, Body Esteem, and Prosocial Behavior in Children”. Realizaron un estudio con 198 niños y niñas, de una edad media de 58 meses, en el que, en dos momentos distintos (con una diferencia de aproximadamente un año), examinaron informes de padres y profesores, y observaciones de los mismos niños y niñas en una prueba de preferencias de juguetes. Los resultados dieron que, tras un año de consumo de productos de las Princesas Disney (del tipo que fuera: películas, juguetes...), los participantes mostraron más comportamientos estereotipadamente femeninos. Esto es especialmente significativo, porque fue así con niños varones y con niñas. Resulta relevante, porque observaron que los medios efectivamente propulsaron los comportamientos estereotipados como femeninos (como jugar tranquilamente, jugar a cocinar y limpiar, o evitar arriesgarse, ensuciarse probar cosas nuevas), y no al revés. Quizás lo más llamativo sea que este resultado puede parecer problemático para las niñas – al fortalecer comportamientos a los que ya están asociadas y que les pueden alejar de aspiraciones que no encajen en esa imagen – pero positivo para los niños – porque les ofrecen alternativas que benefician su desarrollo y complementan a sus propias expectativas. (Coyne, Linder, Rasmussen, Nelson & Birkbeck, 2016)

Asawarachan, por su parte, ha estudiado el efecto del visionado de películas de Disney sobre la imagen corporal y la autoestima de niñas tailandesas de 5 a 6 años de edad. En su investigación, empleó un enfoque de metodología mixta, con tres medidas de imagen corporal (*Body Figure Preference Scale*, *Body Esteem Scale* y *Self-Esteem Scale*) y dos

grupos que visionaron distintas películas: el grupo experimental vio *Blancanieves y los siete enanitos*, *La Cenicienta* y *La bella y la bestia* y el grupo de control vio *Bambi*, *Winnie the Pooh* y *El rey león*. Encontró que las niñas en el grupo experimental expresaron mayor insatisfacción de su imagen corporal después de ver las películas de tema femenino de Disney y, las niñas de ambos grupos se preocuparon más por su autoestima corporal tras ver los vídeos. Sin embargo, no se detectó una diferencia significativa en autoestima entre las niñas de los dos grupos. Con los resultados de su estudio, afirma que el visionado de las películas de Disney sí influye en la percepción de las niñas de su imagen corporal, y su conciencia del tamaño de sus cuerpos y, concluye que estas películas influyen en la insatisfacción de imagen corporal y la autoestima corporal de las niñas tailandesas. (Asawarachan, 2013)

Aunque no trate directamente la perspectiva de género, resulta de gran interés la tesis doctoral de Porto, “Proceso de socialización y cine de animación de Disney y Pixar: estudio del tratamiento y la recepción de los conflictos emocionales en la audiencia de 5 a 11 años”, en donde se apoya en el trabajo de E. Kübler-Ross para estudiar los efectos de estos productos mediáticos (12 películas de Disney y Pixar en concreto) en la socialización de los conflictos emocionales, “de las emociones como el dolor, el sufrimiento y la muerte”. (Porto, 2013, p. 6) Para esto, realiza un análisis de contenido (técnica cuantitativa) de las películas en sí y grupos de discusión (técnica cualitativa) con menores. Su trabajo capta una perspectiva diferente, ya que crea grupos de niños y niñas, separados por edad y por género, y luego grupos de género mixto (11 grupos en total).

Una de sus conclusiones que nos pueden llamar la atención hace referencia a los valores:

**“En cuanto al contenido axiológico, podríamos afirmar que el cine de animación propuesto por Disney y Pixar constituye un cauce adecuado para la promoción de valores.** En nueve de los 12 largometrajes se encuentran representados los 16 valores que se han establecido a priori: *amistad, amor, belleza interior, bondad, comprensión, compromiso, fidelidad, humildad, igualdad, respeto, responsabilidad, solidaridad, superación personal, tolerancia, valentía y verdad*. Los **contravalores** también están presentes, pero en menor proporción que las actitudes positivas. Entre los más destacados, especialmente encarnados en los antagonistas, están: la *arrogancia*, el *egoísmo*, la *envidia*, la *hipocresía*, la *rudeza* o la *sumisión*”. (Porto, 2013, p. 401)

También comenta que **“los medios de comunicación, y en concreto las películas de animación, constituyen una herramienta educativa especialmente en el terreno de las emociones”**, citando temas como la muerte, la separación, el desprecio, la indiferencia, el cambio, la soledad, el engaño... (Porto, 2013, p. 402) Destaca la influencia de la edad y la orientación religiosa cuanto se trata de la comprensión de la muerte en estos medios, citando la pena y la tristeza como la reacción más frecuente entre los niños ante este tipo de conflicto. También reflexiona sobre el grado de empatía de cada uno como el factor más importante a la hora de determinar cuánto sufre un niño ante una situación emotiva o dolorosa de un personaje y, que

**“la empatía parece guardar relación con el género.** En general, las niñas tienden a “sentir” más las escenas con una mayor carga emocional que ellos”; luego algo que ha sorprendido a la autora ha sido **“la naturalidad con la que los niños [de ambos sexos] abordan los conflictos emocionales** como el abandono, el reemplazo, el cambio, los enfrentamientos... y, sobre todo, la muerte. Lejos de los prejuicios o miedos que podemos tener los adultos, cuando les dejamos participar en este mundo que ellos consideran que es de mayores, nos cuentan qué piensan, tratan de resolver sus dudas y comparten cómo les han afectado sus experiencias cercanas. Los niños necesitan comunicarse ante este hecho y por eso es imprescindible que les escuchemos”. (Porto, 2013, p. 404)

Trabajando con un público ya adulto, Tonn entrevista a diez universitarias respecto a sus percepciones del amor y del género y, sobre el efecto de las películas románticas de Disney sobre estas percepciones, partiendo desde la hipótesis que los mensajes y temas que presentan las películas románticas de Disney influyen negativamente en la percepción que tiene el público femenino del amor y del género. Empieza por hacer referencia a seis temas recurrentes en las películas románticas de Disney: la idea del matrimonio/amor como objetivo de las heroínas de Disney, el concepto de la belleza como equivalente de la feminidad, la restricción de las personas de género femenino al alcanzar la pubertad, el acto de silenciar a las mujeres, el hecho de que los personajes de género femenino sólo se salvan o tienen éxito, gracias a la ayuda de personajes de género masculino y, el patriarcado. (Tonn, 2008)

También cita otros aspectos comunes de estas cintas: los protagonistas femeninos comienzan las películas de solteras y acaban o casadas o unidas a un solo varón, mientras no pasa lo mismo con los protagonistas masculinos; insiste que han aumentado las explicitaciones de amor y sexualidad en los años 90, en comparación con las películas de

los años 50; y, los personajes femeninos enamorados desempeñan conductas relacionadas con el amor con menos frecuencia y mayor pasividad que los personajes masculinos que desempeñan conductas relacionadas con el amor. Por otra parte, menciona maneras de presentar los personajes por género: el poder masculino se ve como algo positivo, mientras el poder femenino se ve como algo negativo; los personajes femeninos son protagonistas solamente en las películas románticas y más propensas a acabar casados o con pareja al final de la película. Luego, habla de los mensajes que transmiten estas películas: el amor lleva un precio (auto-sacrificio), la “chica perfecta” es buena, sumisa y valora el silencio, la satisfacción se obtiene mediante el matrimonio/amor y, las mujeres usan la belleza física para ganarse al hombre. (Tonn, 2008)

Las entrevistas le muestran varios puntos de interés: las entrevistadas se ven más influidas por los medios que por sus familias en temas de amor romántico, pero no así de género; muchas de ellas todavía creen en el “final feliz”, aunque no exento de esfuerzo/dificultades, reforzando la idea de que, con la edad y la experiencia en relaciones amorosas, se vuelven más realistas las expectativas amorosas del público que visiona estas películas; y, por último, la visión del amor romántico que propone Disney consiste en el amor a primera vista, seguido por la lucha por consolidarlo y el matrimonio como fin, sin tratar jamás de lo que requiere mantener la relación amorosa establecida. (Tonn, 2008)

Ray ofrece una perspectiva nueva en el análisis de los efectos de las representaciones de género de las Princesas Disney, observándolos fuera del contexto fílmico. Esto incluye el uso que se les da a todos los productos de las Princesas Disney, como las muñecas, los vestidos, accesorios, libros, juegos..., pero también, la interacción con las Princesas en Disneyland, los disfraces, las páginas web y DVDs, las Fiestas de las Princesas, los productos Sing Along.... El hecho de participar así lógicamente les hace a las niñas sentirse más cercanas a las Princesas, como si fueran más reales. Habiendo observado a niñas visitantes y entrevistado a antiguos empleados de los parques temáticos de Disney, habla Ray de la homogeneización de estas princesas y, de las niñas que juegan a ellas, tanto físicamente como respecto a su comportamiento. Comenta la estandarización del tipo físico de las actrices que representan a las princesas en Disneyland, incluyendo estatura, talla y ausencia de características físicas destacables (óseas o incluso lunares u otros tipos de marcas en la piel), el uso de un solo idioma, aunque traten con visitantes de

otros países y, por supuesto, un conocimiento representado que no excede del universo Disney. (Ray, 2009)

También hace referencia a la idealización de dichas princesas y de su origen, representado por Disneyland, que se hace conocer como “el lugar más feliz de la Tierra”, además de todo lo que a ellas les pueda corresponder, es decir, todos los productos relacionados a ellas, como pueden ser los disfraces o los accesorios. Entre las niñas, observa la autora que las niñas con productos más elaborados o más caros se perciben como mejores princesas que otras que tienen productos inferiores. Reflexiona sobre la proliferación de productos e imágenes a las que están expuestas las niñas en la publicidad, y la facilidad de identificarse ellas con las Princesas Disney, incluso sin que se les hayan comprado ningún producto, o la suposición (por parte de personas ajenas a la familia) de que les interesarán estos productos por ser niñas y, la correspondiente compra de regalos. (Ray, 2009)

Comenta el papel que desempeñan los padres cuando ya emplean el comportamiento estereotipado de género de las Princesas Disney como modelo a seguir para sus hijas. Y esto lo añade a la forma en la que excluyen a los niños varones de todo el mundo de las Princesas Disney (aunque éstos pidan que se les incluya), gracias a las diferencias abismales de género creadas entre las Princesas y los personajes de género masculino. Como es habitual, resulta más apropiado o aceptado que las niñas participen en una comunidad tradicionalmente masculino, como la de Star Wars, a que los niños participen en una comunidad femenina, como la de las Princesas Disney, porque se considera a las actividades masculinas como “normales” y a las femeninas como del “Otro”. (Ray, 2009) Refleja sobre la fuerza de una comunidad de este tipo, que se logra en parte por el bienestar que produce el hecho de compartir intereses (y productos) y pertenecer a un grupo de semejantes. Si una comunidad así transmite un mensaje muy claro, estereotipado y diferenciador de género, e invita a los miembros a emular los personajes que representan ese mensaje, es lógico que dichos miembros se identifiquen con, y asimilen dicho mensaje. Con esto en mente, propone Ray (2009) que se enseñe al joven público de las Princesas Disney a consumir estos productos con ojo crítico y a reconocer los estereotipos y, también a ofrecerle imágenes de princesas de otras fuentes, además de princesas reales, para darles una perspectiva más completa y capacitada para comprender que hay más de un modelo posible a seguir.

### 3.4.3 Enfoque: los medios, los avances tecnológicos, la socialización y la identidad de género

En “The Effects of Mass Media and Technological Advancement on Evolving Gender Identities”, Wong explica como la forma tradicional de pasar la cultura de padres (u otros familiares mayores) a hijos, la está reemplazando la forma mediante los medios de comunicación de masas, de manera más eficiente, más intensa y más privada que nunca. Declara que los valores no son, ni serán, inculcados por la familia, la religión u otras instituciones sociales ni actualmente ni en el futuro. Son, y serán, inculcados por los medios visuales y electrónicos. (Wong, 2016) Insiste que el consumidor infantil o juvenil de los medios de comunicación es el más vulnerable a sus mensajes, porque aún carece de criterios para diferenciar lo que observa en los medios de lo que es la realidad. Llama la atención al poder de los medios en el refuerzo de los estereotipos de género, en la mirada masculina patriarcal y a cómo influyen en las identidades sexuales y sociales de sus consumidores, estudiando tanto la publicidad, como el cine, la televisión y, sobretodo, todo el mundo de internet, que opera como *super-peer*<sup>6</sup> para determinar lo que resulta aceptable o premiado, por una parte y, lo que se rechaza, por otra.

Opina que el Marco Teórico de los Procesos Cognitivos (*Social Cognitive Theoretical Framework*) es la mejor forma de estudiar la relación multi-direccional que tienen los medios de comunicación de masas con la identidad de género, en su model activo co-creador de aprendiz-usuario y, que es imprescindible examinar los efectos de los medios en los individuos y en su sentido de “self”, sobre todo teniendo en cuenta que los medios y la tecnología están evolucionando más rápido que las investigaciones sobre sus efectos cambiantes. (Wong, 2016)

Hynes (2010) trata los valores “femeninos” de las Princesas Disney en su trabajo, “Raising Princesses? Gender socialisation in early childhood and the Disney Princess franchise”, refiriéndose a las cualidades que muestran, los mensajes ocultos en las letras de sus canciones, la sexualización de las villanas y más mensajes ocultos sobre los malos tratos hacia las mujeres en Disney. Enfatiza que el mercado objeto de la marca de Princesas Disney son las niñas de 3 a 5 años de edad, una edad a la cual los niños aún no son capaces de diferenciar entre la realidad y la fantasía. Es más, explica que los niños

---

<sup>6</sup> El término “super-peer” hace referencia a la teoría de que los medios de comunicación pueden representar una fuente de información persuasiva y efectiva para los adolescentes, respecto a lo que constituye el comportamiento normativo. También puede superar la influencia sobre un adolescente que ejerce su grupo de pares/iguales (“peer group”) tradicional. <http://ehlt.flinders.edu.au/education/DLiT/2006/admedia/DLiT/Complete/SupPTh.htm>

pequeños tienden a pensar que la televisión (u hoy en día, cada vez más, otros aparatos electrónicos, como los tablets y los ordenadores) – la actividad en la que pasan más tiempo cada día, después de dormir – muestra una visión correcta del mundo real y que, a falta de un esquema realista del género, proporciona las representaciones que usarán para formar su esquema de género. Hynes habla, por ejemplo, del rol pasivo, doméstico y decorativo de las princesas Disney, como Blancanieves y Ariel, mientras a Bella se le considera extraña, porque es más propensa a leer y no le interesa ni la domesticidad ni el guaperas del pueblo que quiere casarse con ella.

También comenta que las letras en las películas de Disney pueden afectar las percepciones de los niños de los roles de género, citando a Cowan y Hoffman, que sugieren que las palabras que sirven de etiquetas de género pueden influir en la estereotipia temprana. Hace referencia al aspecto semántico de las letras, como en el caso de Blancanieves, que canta “Un día encantador... Mi príncipe vendrá... Y por fin mi sueño... Se realizará”, mostrando que su mayor sueño es encontrar marido. (Hynes, 2010, p. 212) Más adelante, refleja que las mujeres delgadas, bellas y pasivas son las que desean los hombres, ya que, según las Princesas Disney, la belleza es igual que la femineidad. Homogenizan las ideales de belleza en estas princesas y Hynes se pregunta por el efecto de esto en la imagen corporal de los niños (brevemente mencionado anteriormente). Por último, al citar a *La bella y la bestia*, habla de la violencia de género, que en este caso se expresa en forma de malos tratos psicológicos y amenazas de violencia física, donde dan a entender que las mujeres (Bella, en este caso) son las responsables de controlar la ira y la violencia de los varones y, que son aceptables los malos tratos de hombres hacia mujeres. Implican que, si se tolera estos malos tratos y se responde con amor, es posible transformar al varón en una pareja cariñosa. (Hynes, 2010)

#### 3.4.4 Enfoque: los roles y estereotipos de género

En “Embodying Disney Dreams: the Representation of Femininity and Whiteness in Recent Disney Animated Films”, Maplesden realiza un estudio pormenorizado de las imágenes: el cuerpo y los gestos y actos físicos que realizan los personajes en *La sirenita*, *La bella y la bestia*, *Aladdín*, *Pocahontas* y *Lilo & Stitch* y de cómo han surgido del contexto social e histórico del cual provienen. Explica que, aunque existen personajes femeninos que aparentemente son inteligentes, independientes y creativos – Ariel de *La sirenita* y Bella de *La bella y la bestia* – se sigue favoreciendo el patriarcado y las normas heterosexuales. En ambos casos, el final feliz sólo se consigue cuando la protagonista

encuentra el amor verdadero. Maplesden (2009) llama la atención a lo que llama la “hyper-blancura” y civismo femenino de estos dos personajes sirven para mostrar no sólo la permanencia de las normas de género que sostienen el patriarcado heterosexual, sino también al poder permanente que la blancura tiene para definir las nociones de bondad y belleza.

Destaca la tendencia en Disney de mostrar los héroes y heroínas físicamente en contraposición de personajes que son extraños o monstruosos y, por tanto, malvados. Por otra parte, insiste que la presentación de heroínas no blancas, como Pocahontas, siguen los mismos patrones físicos que las blancas, efectivamente fortaleciendo el mito post-colonialista basado en el pluralismo y la unidad racial. De hecho, han sacado el cuerpo femenino idealizado del texto ficticio de estas películas a la realidad y al hogar, a través de sus productos de *merchandising*. Las Princesas Disney suponen ampliar la influencia normalizadora del cuerpo femenino idealizado: la proliferación extensa de imágenes y objetos (juguetes) de Princesas Disney delgadas y para-ser-miradas implica que su efecto ideológico o discursivo puede resultar más potente, y más perjudicial, para aquellos que los consumen. (Maplesden, 2009)

Patiño se basa en la corriente estructuralista de la comunicación y la semiótica para trabajar con nueve largometrajes animados de Disney y sus princesas (o al menos, protagonistas femeninas): Blancanieves de *Blancanieves y los siete enanitos*, Cenicienta de *La cenicienta*, Aurora de *La bella durmiente*, Ariel de *La sirenita*, Bella de *La bella y la bestia*, Jazmín de *Aladdín*, Pocahontas de *Pocahontas*, Tiana de *Tiana y el sapo* y Rapunzel de *Enredados*. Comenta, respecto al estructuralismo, que “el análisis estructural hace referencia a la forma de lo escrito o de lo expresado, es decir, a cómo está organizado en cuanto a la forma y al fondo”. (Patiño, 2011, p. 9) Resume,

“Durante el análisis descriptivo de cada una de las princesas y su representación femenina, se pudo reconocer que se sigue perpetuando el orden establecido desde hace décadas de la mujer atrapada en esquemas mentales, de la mujer víctima, de violencia simbólica, de la mujer sufragista, características que perpetúan también relaciones de dominación, atropellos, privilegios, entre otros aspectos, que aparecen en la pantalla como condiciones de vida aceptables... A pesar de mantener el estilo inocente de este tipo de películas, su fondo a través de la imagen de las princesas, mantiene una negación de la mujer a su propia trascendencia, una negación a su propia libertad y ser por sí misma la constructora de su destino, manteniendo la imagen estereotipada de la mujer sumisa en espera del hombre



que la haga convertirse en “otra”, todo ello, producto de una historia que gira en torno a los hombres o a un príncipe, y refleja conservadoras ideologías por más “evolucionadas” o “liberales” que se pretendan presentar. Todas las mujeres en estas películas están subordinadas a un hombre”. (Patiño, 2011 p. 170)

Esto lo presenta, mediante unos cuadros comparativos, donde expone unas categorías que explicita para cada una de las princesas Disney estudiadas: lo Social (los roles de género representados), lo Cultural (la estética de las princesas), lo Comunicativo (su código gestual) y lo Simbólico (elementos u objetos físicos para representar la imagen femenina). (Patiño, 2011) Concluye que Disney sigue ofreciendo modelos sexistas y desiguales en sus princesas – aunque la productora los muestra con cambios aparentes – y, que sería de gran interés incorporar en el currículo educativo infantil el aprendizaje de una lectura crítica de los medios de comunicación para contrarrestar los efectos nocivos de éstos sobre la socialización de los niños y las niñas.

En su ponencia, “Evolución de estereotipos de género en Disney: Análisis desde la perspectiva crítica”, Mancinas, Nogales y Barriga llegan a la misma conclusión que Patiño: que Disney sigue presentando los valores de siempre, los cuales promocionan roles anticuados que se ven apoyados por lo promocionado por los medios. Incluso con *Tiana y el sapo*, muestran una protagonista de raza negra y con ganas de trabajar, aparentemente muy diferente a los estereotipos tradicionalmente presentados. Sin embargo, la vida de Tiana “gira en torno a un eje masculino, del que depende y seguirá dependiendo de por vida. En esta película, este hecho se demuestra en el importante papel del padre de Tiana y de su pareja”. (Mancinas, Nogales & Barriga, 2011, p. 1182-1183) Insisten que las ventas priman por encima de cualquier cuestión ética: crean series, películas, programas de televisión... para un solo público internacional, con “elementos ya consolidados y fáciles de vender. En esta lógica de rentabilidad se enmarca la creación de productos para público infantil que favorezcan el consumismo a través de los roles de género que proyectan”. (Mancinas, Notalas & Barriga, 2011, p. 1186)

En un trabajo que ha dado resultados llamativos, por variar de lo que hemos recopilado hasta ahora, Sims (2012) estudió el comportamiento estereotipado de los personajes, por género, de 21 de los “Clásicos” de Disney, desde *Blancanieves y los siete enanitos* hasta *Enredados*, empleando los binomios de comportamiento considerados masculino/femenino: Fuerte/Débil, Bruto/Delicado, Independiente/Dependiente, Activo/Pasivo, Impasivo/Emotivo, Objetivo/Subjetivo, Competitivo/No competitivo,

Lógico/Ilógico, Dominante/Sumiso y Ruidoso/Silencioso. Lo que descubrió fue que, con el paso del tiempo, tanto los personajes masculinos como los femeninos tendían hacia comportamientos designados masculinos, mientras que el comportamiento de los villanos no cambió notablemente, manteniéndose siempre a un nivel más “masculino” que los personajes buenos. (Sims, 2012)

Davis, en “Disney’s Women: Changes in Depictions of Femininity in Walt Disney’s Animated Feature Films, 1937-1999”, también trata de la imagen de la femineidad en estas películas. Dedicar una porción grande del trabajo a relatar la historia de la animación y de las técnicas de la animación y, la historia de Walt Disney. Respecto a su análisis de la presentación de la femineidad, trata de la apariencia física y la situación (doméstica o extra-doméstica, por ejemplo), las acciones y reacciones de los personajes femeninos, sus posturas y movimientos físicos, con respecto a otros personajes. Por ejemplo, cita el momento cuando Slue-foot Sue le besa a Pecos Bill (en *Tiempo de melodía*, “Clásico” que no ha cumplido los criterios para entrar en nuestra muestra) porque es uno de sólo dos ejemplos en los largometrajes animados de Disney – por lo menos, cuando Davis presentó el trabajo – de un beso en el que el personaje femenino se encuentra en una postura dominante sobre el personaje masculino. El otro ejemplo es el de Pocahontas (en *Pocahontas*), cuando le da a John Smith, lesionado y postrado, un beso de despedida. Comenta que, en el año 2001, este primer beso entre Sue y Bill aún era la única instancia en una película animada de Disney en la que (1) un hombre sano se encuentra en una postura subordinada y (2) la única instancia en la que el personaje de género femenino inicia el primer beso de la pareja. (Davis, 2001)

Compara los niveles de actividad/pasividad y el dinamismo de los personajes mediante descripciones de sus acciones e interpretaciones de las razones por ellas. Realiza recuentos demográficos de los personajes para comparar la perspectiva de género de Walt Disney plasmada en las películas y las reacciones del público ante ellas. También realiza comparaciones de los personajes de género femenino de las películas de Disney con otras películas producidas durante la misma época, y con protagonistas de género femenino, pero de acción real, buscando puntos en común entre cintas aparentemente dirigidas a un público también femenino. Llega a la conclusión de que, debido a – o, quizás, en reacción a – el estatus de Disney en los Estados Unidos del siglo veinte, las críticas del estudio Disney – y de la manera en la que ha representado ciertas ideas, temas, morales y actitudes en sus películas – son cada vez más abundantes. (Davis, 2001)

Sin embargo y, a diferencia de casi todos los demás estudios que hemos encontrado al respecto, propone que los personajes de género femenino, por una parte, sí que han experimentado mejoras muy significativas con el paso de los años y las cintas y, por otra parte, son las protagonistas indiscutibles de estas películas, incluso cuando el protagonista oficial sea de género masculino. Davis (2001) insiste que, aunque las primeras princesas de Disney (Blancanieves, Cenicienta, Aurora...) fueran inactivas en sus propias historias, las más modernas (Ariel, Bella, Yasmín, Pocahontas, Esmeralda, Mégara, Mulán, Jane...) son agentes más activas, motivadas inteligentes e independientes que, en lugar de quedarse y esperar a ser rescatadas, hasta salen a rescatarse a sí mismas, lo cual, para ella, implica que se han convertido en modelos muy positivos a seguir.

En uno de los pocos estudios que tratan en más detalle los personajes masculinos, en “From *Snow White* to *Tangled*: Gender and Genre Fiction in Disney’s ‘Princess’ Animations”, Ísleifsdóttir (2013) estudia hasta qué punto la identidad de género en las películas de princesas de Disney aún sigue valores patriarcales pasados de moda; emplea el concepto de “binario patriarcal” de Hélène Cixous para mostrar cómo estas películas simplifican o dejan sin poder a dichas princesas.<sup>7</sup> También refleja cómo Disney adapta los cuentos de hadas para conformar con la sociedad patriarcal de su entorno (deseado), mientras otras productoras han sacado versiones muy diferentes de los mismos cuentos, desde perspectivas mucho más igualitarias, feministas o sencillamente *políticamente correctas*.

Ísleifsdóttir explica que estas películas de princesas de Disney se asocian con las niñas porque no ofrecen modelos a seguir para los niños. Por lo general, los príncipes y demás personajes de género masculino son personajes todavía más planos que los de género femenino, aunque al menos Disney les ofrece un papel ligeramente más profundo que en las versiones de Grimm. Nombra a *Aladdín*, *La bella y la bestia* y *Tiana y el sapo* como los pocos ejemplos de películas de princesas de Disney con personajes masculinos algo más desarrollados... al menos hasta *Enredados*. Explica que esta cinta es de las pocas películas de Disney donde hay mucho desarrollo de los personajes, tanto del “príncipe” como de la “princesa”, aunque resulta llamativo que el héroe sea ladrón y mujeriego, obsesionado con el dinero. También menciona lo novedoso que resulta que, tanto

---

<sup>7</sup> Empezando con una idea de valores binarios de Derrida, este concepto dice que el pensamiento occidental está basado en unas oposiciones binarias que parten desde una perspectiva androcéntrica machista, considerando lo femenino como el otro, débil, pasivo, negativo, sometido al primero (masculino).

Rapunzel como Flynn, desempeñan actos heroicos para salvarse mutuamente. En este sentido, en comparación con el primer largometraje animado, *Blancanieves y los siete enanitos* – donde la protagonista deseaba que apareciera el amor de su vida y, se quedaba sentada, esperando a que llegara – insiste que Disney ha cambiado ligeramente en su presentación de la identidad de género, pero no quita que los jóvenes espectadores vuelvan a ver a las antiguas películas de princesas (en reposiciones en el cine, en la tele o sencillamente en un DVD, por ejemplo), que volverán a ejercer un efecto negativo en el desarrollo de identidad de género de las niñas. (Ísleifsdóttir, 2013)

Desde una perspectiva todavía menos conocida, Towbin, et. al. tratan la representación de los principios organizativos sociales de género, raza, edad y orientación sexual en su artículo, “Images of Gender, Race, Age and Sexual Orientation in Disney Feature-Length Animated Films”. Mediante el estudio de 26 de los “Clásicos” de Disney, entre *Blancanieves y los siete enanitos* y *El emperador y sus locuras*, y de las categorías de la representación de personajes masculinos, femeninos, de distintas culturas, de distinta edad y de orientación sexual diferente (gay, lesbiana, bisexual), viendo qué personajes encajan en cada categoría, además de sus características, la naturaleza de su rol y su comportamiento. (Towbin, Haddock, Schindler, Lund & Tanner, 2004) Sacan conclusiones de mucho interés. Primero, para el género masculino, concluyen que (a) Los hombres en general usan medios físicos para expresar sus emociones, o no muestran emociones; (b) Los hombres no tienen control sobre su sexualidad; (c) Los hombres son naturalmente fuerte y heroicos; (d) Los hombres tienen trabajos fuera del hogar; y (e) Los hombres con sobrepeso muestran características negativas. (Towbin, Haddock, Schindler, Lund & Tanner, 2004) En cambio, los temas prevalecientes que destacan de los personajes femeninos son: (a) La apariencia física de una mujer se valora más que su intelecto; (b) Las mujeres son indefensas y requieren protección; (c) Las mujeres son domésticas (hogareñas) y propensas a casarse; (d) Las mujeres con sobrepeso son feas, desagradables y solteras. (Towbin, Haddock, Schindler, Lund & Tanner, 2004)

Respecto a las distintas culturas, los resultados muestran (a) representaciones negativas de culturas no dominantes; (b) estereotipos de clase exagerados; (c) sólo valores occidentales y cristianos; (d) los personajes que comparten valores parecidos deben quedarse/estar juntos; y (e) los personajes que comparten valores diferentes pueden ser amigos y crear juntos una comunidad. (Towbin, Haddock, Schindler, Lund & Tanner, 2004) Por otra parte, ante la ausencia absoluta de relaciones (amorosas) entre personajes

del mismo sexo en las películas analizadas, examinan representaciones de personajes de un sexo con características aparentemente del otro: por ejemplo, algunos villanos y cómplices, que se ven ridiculizados, son el Príncipe Juan, de *Robin Hood*, que se ve afeminado, al igual que Smee, de *Peter Pan*. También es cierto que hay protagonistas (héroes) que tienen características físicas o psicológicas aparentemente más femeninas y que no llevan una representación negativa, como Peter Pan (pequeño y ágil), Tarzán (que expresa sus emociones y busca conocerse mejor). Con los personajes femeninos buenos, ocurre lo mismo: Terk, en *Tarzán*, muestra características tradicionalmente consideradas como masculinas, pero no se transmite ningún mensaje negativo al respecto. En cambio, el concepto de amor entre dos personas del mismo sexo, se presenta como algo asqueroso, lo cual se evidencia en *La bella y la bestia*, cuando Lumière besa a DinDon y, este último reacciona con asco, o en *Mulán*, cuando la protagonista (vestida de hombre) le da una palmada a un compañero en el trasero y él se enfada. Respecto al tema de edad, los argumentos de estas películas se centran en personajes jóvenes; los personajes más mayores a menudo se ven representados como olvidadizos o estúpidos, débiles o incluso gruñones, irascibles u odiosos. Sólo los personajes mayores que desempeñan un rol de guía o consejero, como Rafiki, en *El rey león*, o la Abuela Sauce en *Pocahontas*, llevan una representación positiva. (Towbin, Haddock, Schindler, Lund & Tanner, 2004)

Estas películas ofrecen representaciones estereotipadas y negativas de género, de raza, cultura y edad. Afortunadamente, en algunos de los “Clásicos” más recientes (de los años ’90), ha habido personajes más positivos: Mulán es heroica y valiente; Tarzán muestra su cariño hacia su madre y se enamora de Jane gradualmente; en *Pocahontas* y *Mulán*, se pretende representar de manera más fiel y positiva a dos culturas tradicionalmente ridiculizadas o estereotipadas. De todas formas, también hay representaciones mixtas, como en el caso de Bella, en *La bella y la bestia*, que muestra comportamientos independientes y valientes, sólo para enamorarse de quien la maltrata y para necesitar ser rescatada al final; también está el sacrificio de Ariel, en *La sirenita*, que cede su independencia, su identidad y su intelecto, junto con su voz, para conseguir el amor del príncipe; con Pocahontas, este personaje fuerte e independiente acaba por elegir quedarse a cuidar a su pueblo (en un papel más tradicional de domesticidad) en lugar de marcharse con su amado. Los cambios van llegando, aunque muy lentamente. (Towbin, Haddock, Schindler, Lund & Tanner, 2004)

Menéndez y Zurian (2014) llaman la atención a cambios parecidos observados en el ámbito de la ficción televisiva, empezando sobre todo en los años 90, en series que han sido realmente transgresoras de cara a las representaciones tradicionales de género dentro de dicho género. Por ejemplo, de cara a los personajes femeninos, citan a *The Golden Girls*, por el protagonismo de personajes femeninos en plena madurez, y por enfocar la amistad entre ellas, en lugar de una estereotípica rivalidad. Más adelante, ofrecen a *Ally McBeal*, como primera serie “profesional” encabezada por una protagonista, seguida por otras series como *Bones* o *Rizzoli & Isles*, donde el hilo conductor es el trabajo de la protagonista, aunque, al igual que lo visto en los “Clásicos” de Disney, la búsqueda del príncipe azul sigue presente. De hecho, en otros ejemplos, como *Grey’s Anatomy*, la serie empezó enfocando el aspecto profesional de los personajes, pero el aspecto romántico luego cobró protagonismo, quitándole interés como representación potencialmente liberadora de la perspectiva androcéntrica que aún predomina en este medio. *Sex and the City* presentó a cuatro amigas trabajadoras, económicamente independientes y, libres. “Fue la primera serie de televisión que se atrevió a ofrecer espacio para que las mujeres hablaran entre sí de sus problemas e intereses, sin cuestionar si eso iba a gustar o no a los varones” (Menéndez y Zurian, 2014, p. 63) Una década más tarde, *Girls* ha ofrecido una perspectiva parecida, pero esta vez con una estética menos glamurosa, más *híster* y más libre todavía.

También empezaron a aparecer en los años 90 series con representaciones rompedoras de personajes masculinos. Series como *Frasier*, *Friends*, *Seinfeld*, *Mad about You*, *Northern Exposure* o *Will & Grace* ofrecieron personajes masculinos que se “desviaban” de alguna manera del estereotipo “macho”, con personajes más sofisticados, sensibles y vulnerables. Ya en la última década, otras series muestran representaciones totalmente diferentes, como los protagonistas *geeks* de *Big Bang Theory*, los personajes metrosexuales de *Men at Work* o los personajes humanos y sobrenaturales y totalmente desinhibidos respecto a su género y su (homo-, hetero-, bi-...) sexualidad de *True Blood*; o *Chuck*, que ofrece una “transferencia de roles (según los esquemas clásicos de representación de género): él soñador, ensimismado, hablador, romántico y sentimental y ella racional, fría, calculadora y distante”. (Menéndez y Zurian, 2014, p. 66) No son necesariamente los programas más exitosos, ni tampoco la mayoría, pero son atrevidos y ofrecen una perspectiva más variada y relacionada con nuestra realidad. “La ficción televisiva contemporánea, si bien no ha roto con los estereotipos de género ni se ha

convertido en un vehículo de emancipación femenina o cuestionamiento de la masculinidad canónica patriarcal, sí estaría permitiendo la irrupción de nuevos discursos ficcionales que comienzan a socavar las bases androcéntricas y heteronormativas de los discursos mediáticos”. (Menéndez y Zurian, 2014, p. 70) Es decir, también van surgiendo cambios – aunque tentativos – en las representaciones de género en otros medios dirigidos a otros públicos.

Zurian (2011, p. 37) ya lleva indagando en la perspectiva masculina hacia la crítica al patriarcado y al androcentrismo en nuestra sociedad y en la producción audiovisual, citando el nacimiento también de “estudios sobre hombres (*Men's Studies*), masculinidad (*Masculinity Studies*) o estudios sobre masculinidades (*Masculinities Studies*), en plural, puesto que “lo masculino” no constituye una única identidad sino una pluralidad de formas de entenderlo, asumirlo y serlo.” Realiza un recorrido de las imágenes de la masculinidad a lo largo de los años, también en el cine, recordando el control históricamente masculino de dicha industria, con estrellas masculinas más antiguas de tipo *beefcake*, como John Wayne, Charlton Heston o Marlon Brando, o de tipo *dandy*, como Cary Grant o Gary Cooper, o de tipo entremedias, como James Stewart o Paul Newman, pero siempre representando papeles que dominaban de alguna manera a los personajes femeninos de sus largometrajes.

Los papeles masculinos del cine evidentemente han evolucionado, con cambios como la incorporación de cierto interés por el físico y la apariencia propia en los años 80, por ejemplo, y “de héroes a profesionales, héroes menos vistosos pero que cuentan unas historias pretendidamente cercanas al espectador al que se dirigen”. (Zurian, 2011, p. 42) Han surgido en nuestra sociedad el *metrosexual*, el *BoBo*, o el *Übersexual*, y se va observando que ya empiezan a perder fuerza los personajes machistas como James Bond, mientras surgen otros personajes de orientaciones sexuales, capacidades, intereses, perspectivas y personalidades mucho más plurales que “el macho, el donjuán, el guerrero, el héroe, el indomable y el villano”. (Zurian, 2011, p. 50)

#### 3.4.5 Enfoque: la evolución de las Princesas Disney

En su trabajo sobre el género en Disney, Cantillo propone realizar un estudio longitudinal de nueve princesas protagonistas de los “Clásicos” de Disney, para buscar los mensajes, roles y estereotipos sexistas en dichos productos mediáticos. Su enfoque reside en identificar y clasificar toda muestra claramente sexista, buscando esto en los

distintos elementos de las películas, desde los roles que desempeñan las princesas, hasta los elementos sexistas de los discursos de los distintos personajes, incluyendo análisis de los diálogos, las canciones y las técnicas cinematográficas. También emplea una perspectiva histórica para investigar la manera en la que la sociedad ha ido influyendo en las características físicas y la personalidad de las distintas princesas con el paso del tiempo. Concluye Cantillo (2010, p. 122):

“Bajo la apariencia de cambio y de avance hacia la igualdad de géneros, introducido en las últimas princesas, se han encontrado escondidos los mismos discursos androcéntricos que, apoyados por la magia y las representaciones musicales, engloban un sinnúmero de estereotipos de género reforzadores de la cultura androcéntrica y conservadora de Disney”.

Yzaguirre también estudia la evolución de la presentación de las princesas Disney, en “A Whole New World? The Evolution of Disney Animated Heroines from Snow White to Mulan”, con el fin de averiguar de qué manera han cambiado con el paso de los años, citando a ocho de las famosas princesas. Dentro de esta pregunta genérica, también pregunta por los objetivos de las princesas, si la historia siempre acaba en matrimonio, si pasivamente aceptan las normas sociales de género o si luchan contra ellas, si adoptan un estatus de más autoridad o si son personajes más sumisas, si son independientes o si necesitan constantemente de ser rescatadas; pregunta también por el valor de cada una, relativo al argumento y si son sus acciones/personalidad o su belleza lo que motiva el desarrollo del trama y, por último, cómo se presentan físicamente. (Yzaguirre, 2006) Categoriza a las princesas según su personalidad, su aspecto físico y sus objetivos y, llega a conclusiones interesantes.

Por ejemplo, encuentra que Blancanieves, Cenicienta y Aurora, las tres princesas de antes de la muerte de Walt Disney, son objetos del argumento y personajes sumisos, mientras Bella, Pocahontas y Mulán son agentes activos y personajes más dominantes; Ariel empieza como agente dominante y, acaba como objeto, mientras Yasmín se parece más a las antiguas, siendo un personaje objeto y sumiso. Sólo observa independencia en Pocahontas y Mulán. En cuanto al aspecto físico, todas son guapas, pero observa que las princesas antiguas (más Bella y Mulán) son bonitas, mientras Ariel, Yasmín y Pocahontas son *sexy*; respecto a sus movimientos, las primeras se mueven de manera delicada, mientras a partir de Yasmín (Yasmín, Pocahontas y Mulán), son más activas y deportistas.



En cuanto a los sueños, llama la atención que los objetivos de estos personajes muchas veces cambian desde el principio de la película hasta el final. El sueño inicial de Blancanieves y Aurora es conseguir pareja masculina; en cambio, los sueños de Cenicienta, Ariel, Bella, Yasmín, Pocahontas y Mulán no tienen nada que ver con el amor ni el romance. Sin embargo, para casi todas, el sueño final en el momento del clímax es una relación amorosa, con la única excepción de Mulán, que busca la aceptación de los demás. Además, el único personaje que acaba la película de soltera es Pocahontas y ésta es la única que no alcanza su sueño final. La importancia del sueño del amor romántico se observa en el cambio de sueño de Ariel, por ejemplo, que ocurre durante el transcurso de una sola canción: al principio, sueña con conocer el mundo exótico de fuera del mar, pero tras rescatar al Príncipe Eric, su sueño se convierte en uno de lograr el amor de él. Y aunque en ningún momento Mulán busca el amor, tras conseguir su objetivo de traer honor a su familia, no se puede ignorar el hecho de que la película acaba con la relación romántica implícita entre ella y el Capitán Shang. (Yzaguirre, 2006) Concluye que, aunque las princesas de Disney han evolucionado hacia mujeres que persiguen sus sueños antes de fijarse en el amor romántico, el hecho de que el amor romántico sigue siendo el objetivo último de la mayoría de estas heroínas transmite al espectador que una que se quede sin pareja seguramente se sentirá emocionalmente incompleta e insatisfecha. (Yzaguirre, 2006)

Se realizan cada vez más estudios sobre el factor género en Disney. Algunos tratan los aspectos relacionados con los efectos socializadores de los medios, más los mensajes estereotipados y sexistas que transmiten desde el discurso patriarcal, lo cual implica la influencia que pueden ejercer las películas “infantiles” sobre su joven público, suponiendo una justificación para nuestro estudio. Otras tocan distintos elementos que forman parte de nuestro objeto de estudio, como los valores, los sueños, el momento histórico, la música e incluso el lenguaje. Sin embargo, no hemos encontrado ninguno que trate el lenguaje de las canciones al nivel que nos interesa, ni que lo junte con todos los demás elementos para crear un estudio más exhaustivo.

#### 3.4.6 Otros enfoques y trabajos

El propósito de nuestro trabajo trata de un producto cinematográfico final, tal y como llega a su público, pero hay un aspecto más de la producción cinematográfica que conviene comentar. Hay mucha bibliografía sobre la mirada patriarcal en los medios en general, y en el cine en particular. Paz presenta un análisis de películas contadas desde

una perspectiva marcadamente no-patriarcal y que se dedican a deconstruirla. Explica cómo comienza *Lost in Translation*, con la imagen de una mujer semidesnuda, en la que sus nalgas tienen el claro protagonismo y su cabeza ni siquiera aparece en la pantalla – la presentación del cuerpo femenino como objeto para el disfrute del ojo masculino – y, como a partir de ese momento, la directora retira esa mirada machista, y pasa el protagonismo al personaje femenino y a su interior, sus pensamientos y su búsqueda de identidad. (Paz, 2010) En este caso se trata de la obra de una directora estadounidense; también podemos hacer referencia a los filmes de directoras españolas, o al hecho de que todavía representan una minoría mucho más pequeña y empobrecida de lo debido.

Arranz, et. al. estudian justo este hecho, en *Cine y género en España. Una investigación empírica*, para llamar la atención a la resistencia patriarcal a una mirada femenina, o feminista, en el sector cinematográfico, y para reclamar la necesidad de una perspectiva basada en la igualdad, que no parta ni del androcentrismo ni del machismo. Arranz hace referencia a la importancia de impartir formación para que los jóvenes adquieran cierto nivel de ojo crítico, que les pueda proteger de la influencia de los medios. Cita a Romea respecto a dos aspectos formativos, que ve cómo el cine puede proponer modelos de actuación para los distintos elementos de la vida, y cómo puede afectar al comportamiento de su público, y sobre la construcción de identidad de dicho público, sobre todo si se trata de un público joven o inmaduro. (Arranz, 2010) Cita también a Kuhn y Kaplan, que insisten que los estudios del texto son insuficientes, es decir, que es necesario investigar también otros aspectos no menos importantes del cine, como “la producción, la distribución y la exhibición”. (Arranz, 2010, p. 36) Es más, reclama la importancia de considerar el contexto histórico en cualquier estudio de producción cinematográfica, para darse cuenta del ambiente (histórico, social, político) que rodea a todo el proceso. Su capítulo versa sobre “La igualdad de género en la práctica cinematográfica española”, pero se basa en un sector que va mucho más allá de las fronteras españolas. Cuenta que

“los medios audiovisuales se han convertido en instrumentos muy eficaces de apoyo y sustento de la violencia simbólica, y sobre todos la que apunta hacia la subordinación de las mujeres... Pero como instrumentos de comunicación también pueden dirigirse hacia el cambio de esas pautas sociales a fin de promover una mayor cooperación e igualdad entre los sexos”, lo cual insiste que requiere “un esfuerzo crítico desde la perspectiva de género hacia la producción fílmica...”. (Arranz, 2010 p. 63)

El tema del género en la producción de cine está muy fuertemente ligado a nuestro objeto de estudio; podemos afirmar que prácticamente todos los “Clásicos” de Disney parten desde una perspectiva masculina. Quizás esto se podría intuir, considerando la historia machista de la productora (empezando por las políticas originales de Walt Disney mientras vivía), pero llega a niveles sorprendentes. De hecho, ha habido solamente una directora, que co-dirigió exactamente una película (Jennifer Lee, que dirigió *Frozen: el reino del hielo* con Chris Buck), de entre los 56 “Clásicos” y 3 “Clásicos honoríficos” que componen nuestra muestra. Por esto, será especialmente interesante ver si se aprecia alguna diferencia de contenido entre dicho “Clásico” y los otros de su época.

Volviendo a la importancia de cultivar el ojo crítico ante los medios de comunicación, descubrimos un par de ejemplos de intentos de hacer precisamente eso, en España, el primero utilizando Disney y el segundo utilizando canciones. En “Desmontando a Disney. Hacia el cuento coeducativo”, Ramos propone unas pautas para intentar desterrar los estereotipos sexistas que transmite Disney, tras un visionado más observador de los “Clásico”, mediante el comentario de distintos aspectos de una selección de “Clásicos” Disney/Pixar, diseñado para un público un poco más mayor que el público objetivo de estas cintas. Defiende su uso de este producto mediático porque, al igual que los cuentos tradicionales, los cuentos de Disney transmiten valores sociales y roles, suponen una fuerza socializadora y un referente emocional, legitiman ciertas instituciones o el estatus social, generan empatía con su propio discurso narrativo y una identificación con personajes y vivencias. Uno de los aspectos que trata es la música, porque “en los inicios de sus producciones, Disney introdujo la música no como un elemento de refuerzo o énfasis para el discurso dramático, sino como su protagonista”. (Ramos, 2009, p. 46) Para este trabajo, ha analizado las letras de decenas de canciones de estas películas, de cara a su objetivo de identificar y criticar tanto el contenido sexista como el contenido “políticamente correcto”, y llega a la conclusión de que el contenido de las letras frecuentemente es sexista, pero que lo son todavía más las imágenes.

En una propuesta dirigida a alumnos de una edad aproximadamente adolescente, de la Peña Palacios (2007, p. 19) anima a los alumnos a pensar en las letras de algunas canciones populares, de cantantes como Danza Invisible, Alejandro Sanz o Ella baila sola, explicando que “nos vamos a poner el “Audífono de Género” para intentar detectar los estereotipos sexistas...”, proponiendo un debate tras su análisis. En su *Propuesta didáctica* “150 canciones para trabajar la prevención de la violencia de género en el marco

educativo”, Llorens se centra todavía más en la música, proponiendo una lista de canciones populares, de distintos géneros, épocas y lenguas, con el fin de enseñar a los niños a reconocer, identificar y evaluar los distintos temas relacionados con el género que aparecen en las letras y las imágenes de dichas canciones. Esto lo hace con los siguientes fines:

“Sensibilizar al alumnado sobre los procesos de violencia de género, como se gestan, como pueden permanecer en el tiempo, sus consecuencias y conocer las alternativas para salir de estos procesos de dependencia y dolor. Concienciar al alumnado de las distintas formas de maltrato. Empatizar con las personas que ven vulnerados sus derechos fundamentales. Desvelar los estereotipos culturales-sexistas existentes en las relaciones y tareas familiares, en el uso del lenguaje, en los medios de comunicación, en el trabajo... tomando conciencia de su existencia y de sus consecuencias – sustentan la violencia hacia las mujeres – y que se continúan transmitiendo a las nuevas generaciones. Desarrollar la cultura de Igualdad en las diferentes relaciones humanas”. (Llorens, 2013, p. 10)

Cita canciones tanto machistas como reivindicativas. Su lista incluye canciones con las que nuestra generación creció y se formó... como “Los días de la semana”, de Miliki, Gabo, Fofó y Fofito, del año 1973, o “La canción de los oficios”, de Teresa Rabal, del año 1980, que muestran estereotipos sexistas. También cita “La mujer ideal”, de Danza invisible, del año 1991, o “Si yo fuera un chico”, de Beyoncé, del año 2008, que también reflejan estereotipos sexistas. Luego ofrece canciones sobre la violencia de género, como “No dudaría”, de Antonio Flores, del año 1995, o “Malo”, de Bebe, del año 2004, o “No más golpes”, de Jackal, del año 2008. Cabe destacar que las canciones que indica Llorens para la formación crítica a nivel infantil tratan sólo temas de estereotipos sexistas, y suelen ser canciones dirigidas específicamente a un público infantil. No es hasta edades más mayores, que propone trabajar con canciones sobre la violencia de género o el incesto, los símbolos contra la homofobia, o la valoración o la emancipación de las mujeres.

Aunque hemos encontrado pocos estudios de género específicamente sobre la música en los “Clásicos” de Disney, y menos para el público español, al menos aquí se encuentra una pequeña muestra de la música que se ha consumido en España en las últimas 5-6 décadas, cuya influencia no se puede menospreciar. Toda una generación aprendió, por ejemplo, “Los días de la semana”, empezando así: “Lunes antes de almorzar, una niña fue a jugar pero no pudo jugar, porque tenía que planchar”. (Llorens, 2013, p. 141) El poder de la palabra es asombroso.

Es más, resulta llamativo que, aunque se lleva mucho tiempo publicando artículos sueltos en la red sobre el sexismo oculto (y no tan oculto) en algunas canciones y en algunos tipos de música, ha sido gracias a canciones tan notorias como “Despacito”, que justo este verano del 2017 han surgido acciones más oficiales en contra del sexismo y la misoginia en la música y en contra de la violencia de género. Como ejemplo, podemos citar la iniciativa “Beldur Barik” (sin miedo) de Emakunde, el Instituto Vasco de la Mujer, que ha sacado una lista de 200 canciones no sexistas (disponible en <http://www.emakunde.euskadi.eus/sensibilizacion/-/informacion/campanas/#jaietanbb>), fuertemente aplaudida por el Institut Valencià de la Dona. También distintos ayuntamientos han retirado sus ayudas públicas para las actuaciones de grupos que usen letras sexistas, como el caso del cabildo de Tenerife y el cantante colombiano, Maluma, o el alcalde de Cullera, que suspendió un duelo de raperos llamado “pelea de gallos”, o municipios como Bellreguard que han vetado las canciones machistas en sus fiestas pagadas con dinero público, o municipios como Païporta o Benissa, con sus campañas contra las agresiones sexistas (El Diario, 2017).

## 4 Metodología

### 4.1 Teoría semiótica-simbólica y metodológica

Antes de poder analizar los mensajes de género que transmiten los largometrajes animados “Clásicos” de Disney a través de sus canciones dedicadas a los sueños de los personajes cantantes, hemos de preguntarnos de qué forma hacerlo, y partiendo de qué perspectiva teórica. Habiendo reflexionado en otros capítulos sobre el contexto social y cultural en el cual se emiten estas películas, sobre la historia de Disney en su propio país de origen y en España, y sobre la identidad de género del individuo a través de todo el ciclo vital, todavía falta la base teórica para estudiar esta obra temporalmente extensa del medio cinematográfico. Este capítulo tratará de una serie de estudios y teorías sobre la temática relacionada con nuestra materia: la semiótica y los símbolos, la perspectiva novel de la psicosociolingüística en breve comparación con otros enfoques lingüísticos que parten de las ciencias sociales, y por supuesto, metodologías relacionadas, como el análisis del discurso y el análisis de contenido, además del análisis del lenguaje corporal y el estudio de los usos sexistas del idioma y de los sexolectos.

#### 4.1.1 La semiótica y los símbolos – la perspectiva filosófica de la comunicación

##### 4.1.1.1 *La estética y las obras de arte*

Uno de los escritores más importantes en el desarrollo de la teoría semiológica es el filósofo italiano Umberto Eco, especialista en la estética. Este erudito no se centra meramente en los gustos predominantes que refleja una obra de arte sobre la época en la cual fue creada, sino en las relaciones que existen entre esa obra de arte, su creador, y la persona que “goza” de ella o el “usuario”. El trabajo de Eco puede ayudarnos a aclararnos respecto de una serie de conceptos relacionados con las obras de arte, sus efectos sobre las personas, y sobre todo los procesos intelectuales y culturales que obran en los individuos a la hora de interpretar los mensajes que emiten dichas obras. En su *Obra Abierta*, habla del uso de las obras de arte para estudiar momentos específicos en la historia de una cultura, y cómo en esos momentos se asimilaba el desorden o la ambigüedad a través de obras que permiten múltiples lecturas muy diferentes incluso por parte del mismo lector.

Para Eco, una obra de arte es una obra de comunicación que pretende difundir un mensaje específico, que luego puede ser interpretado de una forma u otra, pero que no deja de ser comprensible para el usuario. Por supuesto que el cine, y más específicamente

el cine animado “Clásico” de Disney, como obra de comunicación presentada de forma comprensible para el público esperado y el posible, encaja dentro de esta definición. Explica que una obra refleja el contexto cultural de su autor, cosa que puede ser observado directamente a través de palabras escritas reveladoras, y que siempre aparece de forma indirecta, mientras la reacción del usuario ante una obra de arte será siempre distinta a la reacción de otro usuario, ya que éstos están condicionados por “determinada cultura, gustos, propensiones, prejuicios personales”, etc. que hacen de cada persona un mundo. (Eco, 1990, p. 73-74)

Respecto al lenguaje poético, cita a lingüistas como Ruwet y Jakobson, destacando la importancia primordial del lenguaje en la comunicación en general, e insistiendo en que el lenguaje no debe considerarse un medio de comunicación, sino que es la base de la comunicación. Mejor aún, “el lenguaje es realmente el fundamento mismo de la cultura. Relacionados con el lenguaje, todos los demás sistemas de símbolos son accesorios o derivados”. (Citados en Eco, 1990, p. 111) Quizás la explicación más sencilla de esta idea se encuentra en el hecho de que (en el caso de los seres humanos) le asignamos un *nombre*, un sonido, o incluso una imagen (a falta de palabras) a absolutamente toda cosa con la que tropezamos, sea material o inmaterial, propia o ajena a nuestro mundo. A falta de este sistema de nombrar las cosas, no tendríamos forma alguna de compartir, identificar ni describir (es decir, comunicar) los elementos de nuestro entorno y de nuestra vida con otras personas. Todo objeto, todo sonido, todo color, todo gesto o acción... tiene nombre propio en el lenguaje, aunque ese nombre pueda conllevar multitud de connotaciones distintas, y ese nombre será reconocido por cualquiera que conozca el lenguaje, lo cual llevará a una reacción de acuerdo con lo comunicado. La comunicación se fundamenta en la expresión de una serie de símbolos, de tal forma que tendrá éxito si cada individuo involucrado en la comunicación comprende – y por lo tanto comparte – el sistema de símbolos expresado, es decir, el lenguaje.

Explica Eco que la teoría de la información ve en los mensajes sistemas organizados, y que en la organización de un mensaje – según las reglas de probabilidad existentes en el código, o lenguaje, que se utiliza -- está su significado. Para que un mensaje tenga significado, debe ser algo ya conocido o esperado, mientras que para que tenga información, debe aportar algo nuevo, desconocido, inesperado. La información sale del orden, pero siempre ateniendo lo suficiente a ese orden como para que se la pueda comprender, como en el caso de la poesía, o de la música. Si, igual que en la lengua

hablada, la música de cada sociedad tiene sus reglas de gramática y ortografía, y llegamos a saber conocer y reconocer obras de esta música por la redundancia de sus arreglos y de sus simples sucesiones de notas o cuerdas. También igual que en la lengua hablada, cuando oímos música de culturas ajenas, si desconocemos esa música, no nos aporta nada, y lo mismo sucede en algunos casos de música contemporánea que se salen tanto del orden establecido de nuestro lenguaje musical, que no somos capaces de descifrarla.

Y es que el punto de vista de la psicología en la comunicación enfatiza la importancia de la perspectiva del individuo que recibe un mensaje, que incluye toda su experiencia vital, sus recuerdos, sus convicciones, la sociedad a la que pertenece y cuyas normas y valores ha adoptado como suyos, etc. (Eco, 1990) De cara al interlocutor, nos gustan los misterios, las sorpresas, las soluciones inesperadas; nos gusta lo novedoso, y esto es justamente lo que nos proporciona la dichosa información. Eso sí, nos gusta cuando podemos comprenderlo: hay que alejarse del orden, pero no del todo. Y en cuanto a nuestra recepción de una obra de arte, nosotros decidimos si leerla de forma superficial o si indagar más profundamente dentro de ella. En nuestro caso, aunque no se trata precisamente de obras abiertas, pretenderemos hacer una lectura más profunda – bastante más de la que hace su público infantil – de los “Clásicos” de Disney, a ver qué tipo de mensajes encontramos allí.

#### 4.1.1.2 *La semiótica (ó “semiología”)*

Vamos a realizar un estudio del lenguaje utilizado por un medio de comunicación de masas, y todavía no hemos establecido nuestros fundamentos respecto a lo más básico de lo que es la comunicación humana: el uso de los signos. Para ello, debemos hacer un breve paréntesis en lo que es, realmente, la “**semiótica**... f. Parte de la medicina, que trata de los signos de las enfermedades desde el punto de vista del diagnóstico y del pronóstico. // **2. semiología**, estudio de los signos en la vida social. // **3. Teoría general de los signos**”.<sup>8</sup> Esto nos servirá para recordarnos de la enorme importancia que tienen los significantes y sus significados en nuestras vidas. En su *Tratado de Semiótica General*, Eco presenta una introducción exhaustiva a esta materia, por lo que nos fijaremos brevemente en esta obra para sacar de ella lo aparentemente más útil para nuestros fines. A la hora de hacer nuestro análisis, no llegaremos al mismo nivel de abstracción que es habitual en esta ciencia; hacemos esta indagación sencillamente porque nos puede proporcionar explicaciones de

---

<sup>8</sup> Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 21ª edición, Editorial Espasa Calpe, S.A., Madrid, 1992, página 1861.



conceptos que debemos comprender antes de proseguir, ya que se trata del estudio de nuestra utilización, expresión y comprensión del mundo que nos rodea... la comunicación mucho más allá de cuestiones únicamente lingüísticas.

Explica que, en cualquier comunicación humana, primero, es necesario que reconozcamos que se trata de un signo, y luego, es necesario que sepamos qué es lo que quiere decir. Se trata de los signos que componen un lenguaje, que sea verbal, corporal, musical, etc. El interés en el funcionamiento social de la comunicación y de los signos se evidenció a principios del siglo XX, cuando Saussure propuso la creación de una nueva ciencia dedicada a ello. Este punto de partida ha dado lugar a una disciplina que ha tomado formas variadas y mucho más profundas que esta idea supone, solapándose con otras disciplinas, pero también reconociendo límites naturales y epistemológicos. A nosotros – para nuestros propósitos actuales – no nos incumben dichos límites, así que entraremos a ver los contenidos.

Eco hace referencia a un sistema de significación, que tiene otro nombre: “código”. El diccionario de la RAE lo describe así: “**código**... m... // **6. Comunic.** Sistema de signos y de reglas que permite formular y comprender un mensaje. // **7. Comunic.** Sistema de signos o señales y reglas para dar otra forma a un mensaje...”<sup>9</sup> Si deseamos indagar en los contenidos, podemos pasar a lo denotativo y lo connotativo. En una terminología más mundana, podríamos decir que denotar es nombrar algo sin más, mientras que connotar es nombrar algo que, por asociación, hace pensar en otra cosa. Podemos tomar el ejemplo del humo (físico, que no la palabra): denota que hay humo, pero puede connotar que también hay fuego. Un ejemplo verbal podría ser la palabra “hermosa”, que denota belleza, pero que – según el contexto, y en castellano – también puede connotar sobrepeso. De esta manera, la correlación entre la expresión y el contenido puede dar lugar a una serie de connotaciones infinita. Y es que un solo signo en un discurso puede expresar mucho más de lo que parece. (Eco, 1991) De esta manera, se evidencian las influencias de elementos sociales (contexto) y personales (por parte de emisor y destinatario en las selecciones circunstanciales). Incluso aquí nos recuerdan de la importancia indiscutible de estos elementos psicosociales en la transmisión de mensajes.

---

<sup>9</sup> Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 21ª edición, Editorial Espasa Calpe, S.A., Madrid, 1992, páginas 498-499.

Observamos que, para nuestros fines psicosociales y sociolingüísticas, el elemento más importante este autor será el trabajo sobre el *continuum* del contenido, viendo las relaciones entre la expresión y el mundo, y entre emisor y destinatario. Y dado que nuestro enfoque es también histórico, nos interesan cuestiones como la institución, el cambio y la conmutación de códigos, aspectos de la retórica y las ideologías en la transmisión de mensajes, y problemas de tipología de signos.

También está el tema de la comunicación verbal versus la no verbal. Explica que el lenguaje verbal suele ser una forma más eficaz de expresarse que otras formas. No quiere decir que no haya expresiones que sólo se puedan expresar mediante dichos artificios visuales, como pueden ser algunos gestos comunes en ciertas culturas o lugares. Consideramos el aspecto verbal del medio que estudiamos como el más importante (especialmente considerando la importancia de la venta de discos y cds, y ahora de la música en formato mp3 y 4... – medios que carecen del elemento visual – relacionados con las películas), aunque no por ello dejaremos de prestarle atención al aspecto visual. Por otra parte, debemos mencionar también el papel del receptor de los mensajes. Como receptores de un mensaje, es imprescindible el reconocimiento de los signos expresados en dicho mensaje. Dentro de esto, conviene ver brevemente la transmisión de las ideas.

Por definición, la ideología se expresa de forma indirecta e incluso a escondidas. Es decir, cuando alguien expresa su opinión como si fuera una verdad universal en lugar de una opinión personal, se trata de una ideología, cosa que no hay que menospreciar, porque la persuasión ideológica puede “mover montañas”. Desde campañas publicitarias que enfocan aspectos ficticios o imaginarios – pero socialmente muy atractivos – de sus productos, hasta movimientos políticos, religiosos y sociales que enfatizan la superioridad de una raza o un género, o la verdad absoluta de una serie de creencias (cosa que es imposible, ya que una creencia es una creencia) ... las ideologías utilizadas de forma estudiada y minuciosa son un arma muy poderosa.

Desgraciadamente, sólo por el hecho de analizar el discurso ideológico no vamos a poder *hacer* nada al respecto. Nosotros, los seres humanos, no somos objetivos ni imparciales en nuestra perspectiva y nuestra expresión del mundo; nos vemos influidos (e influimos) por nuestras características personales, por nuestra experiencia, y por la sociedad que nos rodea. Tales son las limitaciones de la ciencia semiótica, que no se adentra en las elecciones personales de puntos de vista. La psicología social, sin embargo,

sí se preocupa de esas elecciones, y a través de la psicosociolingüística (también conocida como la lengua y la psicología social), proponemos dar un paso más hacia nuestro análisis.

#### 4.1.2 Enfoques lingüísticos desde las ciencias sociales

Habiendo observado algo ya alguna perspectiva más bien filosófica de la lingüística nos es menester indagar en los que corresponden a las ciencias sociales, que más nos conciernen para los fines de nuestra investigación. Hoy en día, abundan referencias lingüísticas tanto desde la psicología como de la sociología, la antropología y la psicología social, sin mencionar híbridos metodológicos que de estas ciencias han salido, como la etnometodología y los análisis del discurso y de contenido. Intentaremos dar un paseo por las perspectivas existentes que más estrechamente se podrían relacionar con nuestro tema a investigar, o cuya aportación nos podría ser de interés, para luego sacar nuestras propias conclusiones y concretar más la metodología que seguiremos en nuestro análisis.

Dentro de las ciencias sociales, han existido perspectivas muy diferentes respecto al estudio del uso del lenguaje. Quizás lo que las une sea el hecho de que cada una de ellas – quizás con la única excepción del análisis del discurso, que considera el mismo uso del lenguaje como objeto de estudio en sí – ve el lenguaje como herramienta de comunicación que esconde algo más de lo que literalmente dice. Lo que pretende analizar cada perspectiva, entonces, es precisamente ese “algo”, una cosa o serie de cosas de naturaleza social o psicológica, que expresamos de forma directa o indirecta (implicando o insinuando, por ejemplo), como pueden ser actitudes, deseos, estados de ánimo, de manera individual, o tendencias, cambios o movimientos sociales, de manera más colectiva. Tomando en consideración el hecho de que deseamos estudiar los mensajes no-necesariamente-explicitos relacionados con el género (masculino/femenino) que emiten las canciones soñadoras del cine “Clásico” de Disney, por fin nos vemos capacitándonos para plantearnos exactamente cómo realizar nuestro análisis del lenguaje utilizado.

Aquí se podría argumentar que el lenguaje utilizando en una serie dada de canciones puede haber sido elegido de una manera ajena a las influencias sociales, o sea, de forma objetiva y puramente lingüística. Sin embargo, como explica Stubbs (1987, p. 23), “por un lado, no hay ningún uso lingüístico que no esté enraizado en la cultura; por otro, no existen relaciones a gran escala entre lenguaje y sociedad que no se lleven a cabo, al

menos en parte, por medio de la interacción verbal”. Hay demasiados factores a-lingüísticos en el mundo del ser humano para que pueda comunicarse a través del lenguaje sin dejarse influir por ellos, ya que son tan imperceptibles e incontrolables como la misma experiencia vital, la educación formal o el estado de ánimo. Enumera el autor una serie de funciones que puede ejercer el lenguaje, cosa que esclarece aún más la interdependencia entre el lenguaje y la sociedad:

“transmitir un mensaje, convencer al destinatario de una opinión determinada, establecer o mantener las relaciones sociales y la solidaridad, organizar el esfuerzo social, revivir experiencias, descargar la tensión o ‘desahogarse’, cristalizar ideas o “decirlas en pocas palabras”, recordar (función nemotécnica), medir el tiempo o simplemente llenar silencios embarazosos”. (Stubbs, 1987, p. 57-58)

Cada función tiene un fin – o al menos un lugar, en un ambiente – social. Mediante el lenguaje, somos capaces de comprender incluso lo que no se llega a decir explícitamente. Esta comprensión es el resultado del aprendizaje social de elementos que se expresan de forma implícita en distintos grupos culturales, que pueden dividirse por razones de género, clase socioeconómica, barrio, e incluso facultad de la carrera universitaria; cada grupo desarrolla sus propias expresiones lingüísticas... además de las que aprenden a reconocer por su ausencia, y curiosamente, a la gente le resulta incómodo hablar abiertamente de los temas que se suelen dar por hechos y de los que se suele aludir siempre implícitamente. (Holland & Skinner, 1987)

Respecto a lo implícito, entra en juego la importancia y el problema de la interpretación. Llegamos a un punto en nuestras vidas en que hemos aprendido a buscar automáticamente algo más de lo que oímos. No es que se haga de forma consciente; de hecho, sólo ocurre cuando nos damos cuenta de que no comprendemos cuál ha sido el mensaje, porque no reaccionamos de la misma forma que los demás, o porque nos quedamos en blanco... y nos vemos obligados a pensárnoslo. Y todo este aprendizaje de los mensajes implícitos comienza en la más tierna infancia con los padres y la familia inmediata, y luego se pasa al ámbito escolar... Stubbs ofrece el ejemplo de un profesor de colegio que entra en la sala diciendo “¡Muy bien! Apagad los cigarrillos, por favor”; no es como si alguno de los niños estuviera fumando, sino que el profesor está realizando un uso lingüístico con función de contacto. (Stubbs, 1987, p. 53-54) Pretende llamar la atención de sus alumnos, diciendo una cosa que no solamente no se ajusta a la realidad,

sino que se aleja tan ridículamente de las posibilidades de sus interlocutores, que da sentido de humor a la situación, y logra su objetivo: que le presten atención.

Podríamos argumentar que las palabras que cantan los personajes de Disney al expresar sus sueños podrían ser literalmente lo que quieren decir, pero veremos que, incluso en los medios de comunicación dirigidos a un público infantil, hay mucho contenido “entre líneas”. Hasta los niños pequeños saben reconocer un tono de enfado en la voz, una indirecta, o una expresión sarcástica, y van interiorizando los mensajes que reciben de los que les rodean, a la vez que imitando a sus “metamodelos”. Este último término hace referencia a la “metacomunicación” (que hoy en día se conoce como el lenguaje “paraverbal”). “Sugiere que en la palabra hay algo más que la palabra en sí... la forma en que se selecciona se usa, se pronuncia, todos los complementos vocales que la rodean pueden comunicar más que la palabra. Pueden enfatizarla, menguarla e incluso contradecirla”. (Fast & Fast, 1981, p. 12) Es decir, trata de la importancia que tiene la *manera* de decir las cosas, como la entonación, la respiración, los cambios de voz, el ritmo, la resonancia... o como el contexto, el orden de las palabras, las pausas, las palabras exactas utilizadas, y las no utilizadas. El acto comunicativo – en nuestro caso, a través del lenguaje hablado – es muchísimo más complicado de lo que parece a simple vista, y la comprensión (aunque normalmente inconsciente) de dicho acto y de los elementos que lo forman, es la metacomunicación. Hacen hincapié en el hecho de que hay muchos factores que obran en una comunicación, y que no se basa sólo en qué es lo que ha dicho, literalmente, el locutor: “una palabra es una palabra, según quién la dice, cómo la dice y cómo es escuchada”. (Fast & Fast, 1981, p. 13)

De hecho, como ya hemos visto con Eco, la interpretación de un mensaje particular por parte de personas distintas nunca va a ser la misma, porque influyen en ella la procedencia de cada persona, su pasado, sus creencias y conocimientos, etc. En este sentido, debemos reconocer que, por mucho que queramos generalizar para hacer más bonitos y aparentemente universalmente aceptables nuestros resultados, lo que vamos a hacer es realizar una interpretación – basándonos en las tendencias sociales y psicosociales que hemos estudiado – que *debería de ser* más o menos la que habrá hecho el público específico que hemos elegido (español, infantil, durante las épocas estudiadas), pero que tampoco será la exacta de cada miembro de dicho público.

Por esta razón, conviene apuntar, en cada situación en que surjan, los elementos que obran para crear diferencias o similitudes entre distintos miembros de este público, y de qué forma las crean (y de esta manera poder incorporarles a esos elementos o a sus efectos a nuestro estudio). Explican que, en el aprendizaje de los niños de la metacomunicación, “prevalecen las diferencias sexuales. Al bebé masculino se le trata de una forma más ruda que la niña y su respuesta es más ruda, mientras que la de la niña es más suave. Tenemos aquí el principio del muchacho agresivo y de la niña pasiva”. (Fast & Fast, 1981, p. 18) Durante todo este tiempo, los niños/niñas se están desarrollando una mayor conciencia de las personas de su entorno:

“a medida que el niño crece inmerso en la cultura, aprende a entenderse con las personas que encuentra fuera de su hogar... Todos los niños, durante este periodo, buscan a personas mayores a las que comparar e imitar. El niño llega a masculinizarse por medio de su padre, sus hermanos, sus amigos y los héroes que ve en la televisión y el cine. Aprende a copiar su metacomunicación mientras que su hermana copia a su madre, sus hermanas mayores, sus amigas y a las heroínas de la televisión y el cine. Los héroes de la televisión... pueden presentarse como faltos de emoción; el muchacho en crecimiento adaptará <<frío>> a su metavocabulario. La muchacha puede copiar la bella dicción, el balbuceo o los tonos sexuales de una actriz... Estos metamodelos de los medios de comunicación ejercen un efecto poderoso sobre el niño en crecimiento”. (Fast & Fast, 1981, p. 22)

Efectivamente, debemos recordar que la metacomunicación (o lenguaje paraverbal), y no únicamente las palabras directamente expresadas, ejerce este efecto tan poderoso en los niños, lo que hace tan importante estudiar qué es lo que les están enseñando estos modelos de los medios de comunicación, sobre cómo deben actuar o pensar, en nuestro caso, según el sexo del individuo. Veamos de qué manera enfocan el elemento lingüístico las ciencias sociales, y decidiremos de qué forma podremos incorporarla en nuestra propia investigación de la identidad de género del público infantil español.

#### *4.1.2.1 Psicosociolingüística, en lugar de sociolingüística o sociología del lenguaje o psicolingüística o psicología del lenguaje...*

Ya que nuestro estudio lo enfocamos desde la perspectiva de la psicología social, realizándolo además sobre una serie de usos del lenguaje, lo más lógico es que empleemos una metodología creada específicamente para este tipo de material. Uno no podría acercarse más a esta definición que con la psicosociolingüística. Pero, dado que se trata de una ciencia relativamente nueva, resulta interesante hablar sobre ella, sus raíces –

desde la sociología, la sociolingüística, la sociología del lenguaje, la psicología, la psicolingüística... – epistemológicas e históricas multifacéticas y cómo se diferencia de ellas, sus principios y objetivos principales, además de sus métodos y aplicaciones.

Si quisiéramos ponerle una definición sencilla, sin aludir a la multitud de teorías concretas existentes, podríamos decir que la psicosociolingüística es el estudio específico del lenguaje, desde la perspectiva de la psicología social, o el estudio de la psicología social desde la perspectiva de la lingüística, según desde qué punto de vista parta el científico/científica. Se trata de una ciencia que se puede beneficiar de una riqueza enorme de aportaciones de “disciplinas nodrizas”, por lo cual tocaremos algunas de ellas que nos parecen aprovechables, a medida que procedamos a conocer mejor esta ciencia, sus objetivos, sus métodos, y sus aplicaciones.

Ibáñez e Iñiguez, por ejemplo, insisten en las grandes posibilidades que ofrecen las metodologías cualitativas, en comparación con las estrictamente cuantitativas más tradicionales en la psicología social aplicada, y que implican la mayor importancia concedida al contexto histórico-cultural-político. Además, recomiendan que se utilice distintos métodos de manera complementaria (“triangulación”), alejándose de la tentación de apoyarse siempre en el mismo procedimiento, eligiéndolos lógicamente según los intereses particulares del estudio, sin olvidarse tampoco de sus limitaciones (que quizás otro método pueda resolver). Entre estas técnicas, se encuentran la “Investigación-Acción Participante”, la “Etnografía”, el *Grounding Theory* a través del “Análisis de Contenido”, el “Análisis del Discurso” y el “Análisis Conversacional”. (Azurmendi, 2000) Entonces, la mayor incógnita que Azurmendi resalta es la razón por la que (a finales del siglo XX) no se le ha prestado mayor atención en las ciencias humanas y sociales a un objeto de estudio tan omnipresente como es el lenguaje. De todas formas, la gran heterogeneidad de materias a estudiar y métodos para estudiarlas dentro de la psicosociolingüística, dificulta tanto la definición de esta ciencia como su sistematización, pero le aporta una gran riqueza de posibilidades y perspectivas.

Para empezar, los verdaderos inicios de esta ciencia se presentaron como publicaciones sobre el comportamiento lingüístico, escritas por psicólogos sociales que notaban carencias teóricas en los enfoques sociológico y psicológico (una excesiva concentración en lo social o en lo individual/interior, o por ejemplo, la identidad social vs. la identidad personal); dichos “comportamientos lingüísticos” se ven influidos por

fuerzas externas y por fuerzas internas, y a la vez, producen efectos externos e internos. (Azurmendi, 2000) Como es habitual en la psicología social, el enfoque de la psicopsicolingüística pretende integrar ambos elementos fundamentales, para no inclinarse demasiado en un sentido u otro, y para realizar sus estudios de la forma más exhaustiva posible. Con el paso del tiempo, han ido surgiendo otros elementos fundamentales, como la historicidad y la contextualidad, añadiendo características políticas, económicas, históricas y antropológicas a esta ciencia, lo cual aumenta aún más su validez y su utilidad.

En su *Handbook of Language and Social Psychology*, Giles y Robinson hablan de diversos métodos que se puede utilizar para los fines especificados en estos temarios, entre los cuales llama la atención la polaridad entre el método “hipotético-deductivo o guiado por las ideas y el inductivo o guiado por los datos”, además de la importancia creciente atribuida a la “validez interna (científica)” y la “validez externa (social o ecológica)”, o a la diferencia de los usos público y privado del lenguaje, etc. (Citados en Azurmendi, 2000, p. 110-111) Consiste en artículos sobre multitud de temas, cada uno escrito por un especialista, utilizando el método que le ha parecido el más apropiado. Con el fin de sistematizar el mundo tan amplio que engloba la psicopsicolingüística, sugiere una perspectiva integradora, contando siempre, tanto con los procesos más bien internos, como con los comportamientos más bien externos, y ofrece lo siguiente:

“como objeto de estudio:

1. PSICOSOCIOLOGÜÍSTICA de ORIENTACIÓN PSICOLÓGICA
    - a. PROCESOS: cognición social, procesamiento de la información, percepción, emociones, etc.
    - b. COMPORTAMIENTOS: comunicación verbal interpersonal, etc.
  2. PSICOSOCIOLOGÜÍSTICA de ORIENTACIÓN SOCIOLÓGICA
    - a. PROCESOS: identidad etnolingüística, vitalidad etnolingüística subjetiva, culturación, nacionalismo, etc.
    - b. COMPORTAMIENTOS: acomodación verbal, comunicación intergrupal, etc.
  3. PSICOSOCIOLOGÜÍSTICA de ORIENTACIÓN LINGÜÍSTICA
    - a. PROCESOS: categorización, marcadores de habla.
    - b. COMPORTAMIENTOS: actos de habla, conversación, discurso”.
- (Azurmendi, 2000, p. 131)



De esta manera, se concede a las ciencias de origen de la psicopsicología su debida importancia, indagando en el punto de vista particular de cada una respecto al nuevo enfoque. A la hora de observar el contenido de estos estudios, sólo hemos de recordar la distinción más sencilla entre las diferentes orientaciones: la psicológica se centra en las relaciones a nivel intra- e interpersonal y la sociológica en las relaciones intergrupales y de masas. (Azurmendi, 2000) Así apreciamos mejor las perspectivas psicológica, sociológica y lingüística.

#### 4.1.2.2 *Perspectiva psicológica*

Si entramos en más detalle en la psicopsicología de orientación psicológica – la dominante – encontraremos elementos y estudios que se acercan de alguna manera a nuestro objeto de estudio, y que quizás puedan ayudarnos. Están, por ejemplo, las teorías acerca de la percepción social, es decir, respecto a quien recibe información social; en nuestro caso, se trata del público infantil español que visiona los “Clásicos” de Disney. Como nuestro estudio no será experimental, sino de deducciones realizadas a partir del análisis de determinados mensajes que emiten estas obras, tendremos que apoyarnos en una explicación de los procesos de percepción e interpretación de dichos mensajes, y de los resultados de estos procesos. Cuenta Azurmendi:

“la **percepción social** es un proceso psicosocial, como todos los incluíbles en la cognición social, de gran complejidad. La complejidad, en este caso, se debe: 1) a que el objeto social que la persona puede ser otra persona: a) a nivel individual, b) como representante de una categoría social (profesor/alumno, por ejemplo), c) como representante de un grupo (un grupo étnico, en situación de contacto, por ejemplo), o d) de la masa; 2) a que el objeto social puede ser un suceso o acontecimiento social; 3) a que es un proceso que se relaciona con otros procesos cognitivos, que tradicionalmente se han estudiado principalmente de modo autónomo, como: la atención, la memoria, o la impresión; 4) a que es un proceso que se relaciona también con otros procesos psicosociales, como: las metas y objetivos, las expectativas, la afectividad o emociones, la motivación o intención, la identidad, etc”. (2000, p. 162)

Igual que en otras muchas áreas de las ciencias sociales, hoy en día la importancia queda en el proceso de la formación de impresiones, más que en las impresiones en sí. Este proceso tiene distintas fases, según el reconocimiento de las categorías emitidas, y el interés (o falta de ello) de parte del receptor. Factores que influyen en la categorización inicial de este proceso incluyen atributos contextuales y físicos, por ejemplo, además del estado de ánimo del receptor, o perceptor. (Azurmendi, 2000) Claro está, existiendo ya

estereotipos o categorías, se establece una expectativa perceptiva “como una ‘profecía que se cumple a sí misma’” respecto a lo emitido o al emisor. (Azurmendi, 2000, p. 164-165) A nivel científico, investigadores como Furnham han observado relaciones estrechas entre distintas características de la personalidad y usos lingüísticos, dando lugar a algunas afirmaciones y otras muchas preguntas respecto a sus interrelaciones. Sin embargo, cuando se trata del comportamiento lingüístico, y de cómo éste interactúa con la percepción del receptor, poco se ha hecho hasta ahora en el área de la psicología social, aunque sí que se ha trabajado sobre el tema en la sociolingüística y en la psicolingüística.

Sobre el emisor de la información social expresada, hay más escrito, en particular en cuanto a las actitudes expresadas, y los procesos de selección de los elementos específicos de la emisión. Aquí entran en juego, por ejemplo, Semin y Fiedler, que utilizaban una taxonomía curiosa en sus análisis lingüísticos, con cuatro niveles de abstracción, incluyendo los verbos de acción descriptiva (VAD), los verbos de acción interpretativa (VAI), los verbos de estado (VE) y los adjetivos (ADJ). (Azurmendi, 2000) Más adelante, presentaremos nuestra propia taxonomía – que guarda similitudes con la de estos investigadores – para nuestro análisis.

No son sólo las palabras una fuente de influencia, sino también los movimientos corporales que realiza el locutor (o los interlocutores) en su discurso, y es que el lenguaje corporal es otro campo estudiado dentro del enfoque psicológico de la psicosociolingüística. Hay que destacar que, en nuestro caso, no existe interacción entre emisor y receptor, o por lo menos, no en el sentido más sencillo del diálogo; el emisor es una cosa fija con la que no se puede discutir, o sea, con un mayor nivel de poder que su receptor.

El estudio de los mensajes emitidos por los medios de comunicación de masas no parecería tener mucho que ver con los análisis de procesos psicosociales a nivel interpersonal, pero cuando lo unimos al estudio del desarrollo de la identidad de género en los niños españoles que componen su público objetivo, observamos que sí encuentra hueco allí. La mayor parte del público infantil del cine de Disney tiene una edad a la que todavía se busca modelos a seguir (y con los que se identifica) en estos medios de comunicación de masas, y a la que aún no diferencia entre ficción/no-ficción, por ejemplo. El resultado es que aprenden mucho de la manera de comunicarse de los

personajes que ven en estas películas, y éstos pueden presentar sexolectos, igual que lo que observan en su día a día.

Por otra parte, desde la terminología que aparentemente debe de ser igual para varones y mujeres – pero lleva connotaciones negativas únicamente para sus pares femeninos – como perro/perra, zorro/zorra, sargento/sargenta, brujo/bruja, solterón/solterona, etc., se observa la mecánica androcéntrica que obra en nuestra sociedad, y hasta en el mismo lenguaje (aunque estas distinciones tan negativas no siempre aparezcan en el diccionario). También se evidencia en el uso de referencias femeninas para insultar a un hombre, con palabras como bombón, mariposa, mariquita o gallina, mientras que el uso aparentemente paralelo de referencias masculinas para una mujer suele ser con intenciones de halagarla, o por lo menos de llamar la atención a características socialmente apreciadas – como la fuerza física, la iniciativa, la ambición, o la perseverancia – y normalmente consideradas más propias de los hombres. (Romaine, 1996)

Dirigiéndonos a un tema más específica y cercana a nuestros intereses particulares, observamos que la perspectiva psicológica del psicosociolingüística también trata directamente de supuestas diferencias en el habla entre hombres y mujeres, es decir, de los sexolectos. Durante los años 80, en particular en la escuela anglosajona, se realizaron múltiples estudios sobre la forma de expresarse de hombres y mujeres en contextos parecidos, por ejemplo, en la descripción de una serie de fotos. Unas conclusiones interesantes son que:

“- Los hombres muestran un estilo: 1) de mayor dinamismo; 2) de menor cualidad estética o menos formal; 3) más espontáneo, menos predecible, por ser más libre, o menos normado; 4) mayor utilización de historietas y argumentaciones; 5) mayor expresión de las propias posturas o actitudes; etc.

- A la inversa, las mujeres muestran un estilo: 1) más consciente y más sensible a los distintos contextos; 2) más cuidado, más formal; 3) más previsible, por más normado socialmente (Mulac, Lundell y Bradac, 1986); 4) más cooperativo y adaptativo; 5) mayor expresión de identidad que de las propias posturas, etc.”. (Azurmendi, 2000, p. 245-246)

La escuela española ha visto su auge en temas de género un poco más tarde que las otras escuelas, fortaleciéndose durante la década de los años 90, a la vez que el nacimiento y distensión en occidente del lenguaje “políticamente correcta” y los cambios de terminología y enfoque en esta área hacia el poder, el control, la autoridad, la dominación

y la subordinación, y los movimientos y oposiciones sociales que les acompañan. (Azurmendi, 2000)

#### 4.1.2.3 *Perspectiva sociológica*

El enfoque sociológico de la psicosociolingüística claramente se centra más en temas más macro, grupales y sociales que los que son más micro, individuales e interpersonales, es decir, que son más propios de la psicología y la psicología social. Se trabaja aquí con áreas como la identidad social, la etnolingüística, y la vitalidad etnolingüística. Estas áreas abarcan temas muy diferentes a los estudiados por el enfoque psicológico, ya que se trata de una relación de poder sociolingüístico, de la dominación y la subordinación de idiomas, dialectos y estilos distintos en una cultura dada, cosa que incluye la elección de un idioma en lugar de otro según las circunstancias sociales, o la elección de un estilo lingüístico u otro, también según el contexto. Se estudia la vitalidad de un idioma según su uso en comparación con otros idiomas utilizados en la misma cultura, además de la (no) asimilación y uso de idiomas o dialectos específicos según el grupo social perteneciente, y por supuesto, los motivos sociales y políticos detrás de estas elecciones.

La tendencia aquí es a hablar de diferencias de poder, de estatus, y de tamaño (población), y la identidad social positiva o negativa al respecto, de los grupos estudiados. Sería interesante estudiar relaciones de género desde esta perspectiva, dado que se trata de dos poblaciones más o menos iguales de tamaño, aunque la población masculina goza de mucho mayor poder, y en algunos casos de mayor estatus, que la población femenina.

Otro tema que surge dentro del enfoque sociológico es el de la socialización del niño – cosa que hemos visto en nuestra indagación en el desarrollo psicosocial infantil – que se ve muy influida por la identidad social positiva o negativa de su endogrupo (y de la del exogrupo), ya que busca pertenencia dentro de él. Explica Rocher que “cada persona se define y actúa en parte por sus diversas identidades sociales: nacional, étnica, religiosa, profesional, de clase, de región, etc.” y que “...la identidad depende de su definición de las personas que se encuentran dentro del grupo de “nosotros” y las que están excluidas de ese grupo”. (Citado en Azurmendi, 2000, p. 309-310) La identidad de género, por supuesto, se encuentra entre las identidades sociales atribuidas a cada grupo, y la aserción de Rocher de que la pertenencia a un grupo define los derechos, aspiraciones y destino de un individuo no debe tomarse a la ligera, porque se trata de una verdad que se evidencia

muy claramente al estudiar el caso del género de la población española, aunque sólo de las últimas décadas.

La gente, sin embargo, no siempre desea permanecer en el grupo social donde se halla, especialmente si se trata de un grupo de identidad social (relativamente) negativa. Giles explica que un grupo puede perder su lengua, dialecto y estilo no-verbal, asimilando los patrones de un grupo de mayor poder, para alcanzar una identidad social más positiva. (Citado en Azurmendi, 2000) Si nos dedicamos a estudiar los grupos diferenciados por género en occidente (o más específicamente en España), podemos analizar hasta qué punto la población femenina ha ido buscando una identidad social más positiva, y propia, a la vez que ha ido asimilando prácticas y estilos sociales y lingüísticos tradicionalmente considerados propios de la población masculina, grupo en situación de mucho mayor poder, mientras que éstos últimos no han realizado los mismos cambios. Como dicen Giles y Powesland, “una parte importante de la motivación de una persona para cambiar su estilo de habla es el deseo de modificar el modo en el que es evaluado por los demás”. (Citados en Azurmendi, 2000, p. 487) Que muchas españolas hayan deseado cambiar su imagen social en las últimas décadas se evidencia en su incorporación masiva al mundo del trabajo remunerado. Habría que ver si también ha habido cambios notables en su estilo de habla.

En este caso, si se trata de los medios de comunicación de masas – que se pueden analizar desde perspectivas tanto individuales como grupales – por ejemplo, no es aceptable aislar el medio a estudiar como si funcionara en un vacío social. Tienen mucho poder estos medios, y como declaran Ng y Bradac, existe una relación estrecha entre el lenguaje y el poder, y puede tomar distintas formas. Hay otros muchos factores que influyen en la emisión y la interpretación de un mensaje, uno de los cuales es sencillamente el sexo de los interlocutores, que no es solamente cuestión de si son masculinos o femeninos, sino también de qué cultura provienen, dónde se encuentran, y en qué momento histórico o simplemente en qué momento del día. Para analizar la interpretación de un mensaje, hay que conocer la relación entre el receptor y todo lo que le rodea, en particular el emisor. La identificación – por parte del receptor – del emisor como de un endo- o exogrupo, de su identidad social relativamente positiva o negativa, etc., influyen en esta interpretación, y no necesariamente de manera consciente. Aquí entran en juego los estereotipos, que pueden ser creados y reforzados, tanto por los locutores en sí como por el lenguaje que utilizan.

#### 4.1.2.4 *Perspectiva lingüística*

Los lingüistas usan los marcadores lingüísticos para ver en qué consiste la categorización social según las palabras utilizadas. En su estudio de lengua, norma y habla, la perspectiva que más ha influido en los estudios posteriores de carácter psicosocial es la de Labov, aunque él mismo seguía una tendencia sociolingüística. Se observa la importancia del contexto en estos trabajos, porque destaca la importancia de aspectos psicológicos y sociales – entre otros – en los estudios lingüísticos, alegando que las lenguas no existirían fuera de la sociedad; por tanto, la lingüística sin la sociología, tampoco, ya que el lenguaje se usa para comunicarse con otros, siendo un comportamiento social. (Azurmendi, 2000) Además, nos basamos en la apariencia física y en la forma de expresarse, en factores demográficos, sociales y contextuales.

Los psicosociolingüistas estudian los “marcadores lingüísticos”, término propuesto por Sherer y Giles, entendiendo éstos como elementos “del habla que potencialmente ofrecen al receptor información en las características biológicas, psicológicas y sociales”. (Citados en Azurmendi, 2000, p. 478) Por otra parte, Brown y Fraser estudiaron el habla como un marcador contextual de “situación”, y Sherer explica el marcador que trata de la “persona” o personalidad en el habla. Existen también marcadores específicamente vocales, como es el significado de las pausas en el habla, o la intensidad vocal, o la elección de un tiempo verbal en lugar de otro. Estos son solamente un pequeño ejemplo de los marcadores que podríamos estudiar en nuestro análisis.

Habrá que realizar nuestro análisis, teniendo en cuenta, además de los demás factores, el tipo de relación que tiene el locutor con sus interlocutores. Para poder analizar textos escritos o hablados no naturales – es decir, no espontáneos, sino preparados – como en nuestro caso, hay que considerarlos “como potentes ‘construcciones de vida social’ que ofrecen versiones particulares del mundo y que impulsan las evaluaciones y acciones de los [receptores]. (Azurmendi, 2000, p. 567) Aunque todavía nos quedan por ver ejemplos específicos de estudios de estos medios de comunicación de masas, claro está que será sin menosvalorar el poder socializador en potencia de los aparentemente inofensivos largometrajes animados “Clásicos” de Disney, que afrontaremos nuestro análisis.

### 4.1.3 Análisis específicos

#### 4.1.3.1 *Análisis del discurso*

Como hemos mencionado antes muy brevemente, hay otras metodologías que tratan del uso del lenguaje, procedentes también de las ciencias sociales. De entre éstas, hablaremos en más profundidad de dos formas de análisis que nos pueden aportar bastante, aunque no decidamos adoptar ninguna en su totalidad. Comencemos con el análisis del discurso. Esta metodología destaca sobre todo por su enfoque. Según Stubbs (1987, p. 44),

“el análisis del discurso tiene que tratar de las formas que tienen los hablantes de seleccionar la información, formularla y expresarla o, por el contrario, de asumir qué es conocimiento sabido y compartido, qué se da por sentado y qué no hay que seleccionar. Por tanto, el análisis del discurso no sólo se ocupa de si las frases son verdaderas o falsas, sino también de los estados de la información y del acceso diferencial a la misma”.

En vez de utilizar el estudio del uso del lenguaje como manera de descubrir las actitudes y otras motivaciones del locutor – fin habitual en las ciencias sociales, y en particular en la psicología social – lo considera como objeto investigativo en sí. En este sentido, de entrada, podemos afirmar que nuestro propósito no es análogo a uno puramente del análisis del discurso, ya que pretendemos sacar a la luz precisamente las actitudes psicosociales que se esconden tras las palabras utilizadas en los textos que analizaremos.

A pesar de diferencias tan importantes como ésta, sin embargo, esta perspectiva nos proporciona ideas teóricas y metodológicas de interés. Está, por ejemplo, la misma definición de “discurso”, ya que, por lo menos, podíamos suponer que el objeto de nuestra investigación es una especie de discurso. Observamos que existe una separación tradicional entre “texto” y “discurso”, y resulta que queremos estudiar un uso lingüístico que no encaja exactamente en la idea del texto (a menudo considerado únicamente escrito) ni tampoco en la idea del discurso (a menudo considerado como únicamente del habla natural), lo cual nos deja con un objeto de estudio difícil de clasificar en estos términos. Estos autores adoptan la definición más amplia de la palabra “discurso”, tal y como la ofrecen Gilbert y Mulkay, para cubrir todas las formas de interacción hablada, tanto formal como informal, más los textos escritos de todo tipo. (Potter & Wetherell, 1987) Esta definición abarca también los casos de comunicación verbal-pero-no-natural que

analizaremos nosotros, y este hecho nos permite considerar más seriamente las propuestas metodológicas de este enfoque, aunque nuestros fines se diferencian.<sup>10</sup>

Hacemos referencia a estos autores – que igual parezca innecesaria por evidente, después de lo observado de la semiótica – porque llaman la atención a la importancia del lenguaje en la vida de las personas, y en su perspectiva del mundo y de sí mismas. Dicen que el estudio del lenguaje es especialmente vital para la psicología social, porque es la forma más básica y significativa de interacción entre las personas. Pasamos gran parte de nuestra vida social hablando entre nosotros, leyendo el periódico, viendo películas y escribiendo la lista de la compra. La mayoría de las formas de interacción social implica que las personas hablan juntas o leen cosas que han escrito, y es que gran parte de nuestras actividades se desempeñan mediante el lenguaje; nuestra habla y nuestra escritura no existen en una realidad conceptual, sino que son medios de acción. (Potter & Wetherell, 1987) El lenguaje es nuestro medio de comunicación con otras personas y con nosotros mismos; es a través del lenguaje que nombramos y comprendemos las cosas y las acciones del mundo que nos rodea, y que actuamos dentro de él. Viviendo en un vacío social y físico, quizás pudiéramos sobrevivir sin lenguaje, pero en una sociedad, la única forma de subsistir es conociendo y utilizando su lenguaje.

Nuestro estudio no tratará del lenguaje utilizado en un entorno natural... ni siquiera por personas reales, por lo que más bien poco tiene que ver con el enfoque de Chomsky o el de la etnometodología. Sin embargo, no debemos olvidar que son personas reales (guionistas, etc.) quienes han determinado lo que dicen y hacen los personajes que vamos a estudiar, intentando hacer que parezca natural en su propio entorno, por ficticio que sea para nosotros ese mundo. Y aunque no es natural la fuente original de esta comunicación<sup>11</sup>, sí que lo somos las personas que nos encontramos entre sus receptores, y nosotros sí interpretamos las palabras que oímos y las acciones que presenciamos en ella. Para el público infantil, que no se preocupa por los mensajes indirectos que está recibiendo e interiorizando, se trata de un entretenimiento. Para nosotros, que estudiamos

---

<sup>10</sup> También hay comparaciones del lenguaje hablado con el escrito, pero dado que el lenguaje que estudiaremos está presentado de manera hablada, pero está tan corregido como el escrito, nos parece que encaja perfectamente en la definición de narración literaria que ofrece Michael Stubbs (1987, p. 206).

<sup>11</sup> Recordamos que, cuando lleguemos a tratar específicamente del mundo de Disney, no indagaremos en demasiado detalle – excepto en casos muy exagerados, como las películas propagandísticas producidas durante los años 40 – en los propósitos de la empresa a la hora de incorporar mensajes subliminales, indirectos e incluso explícitos en sus obras. Nuestro interés reside más en la forma y el efecto de esos mensajes, que en los motivos de su creación. Por lo tanto, trabajaremos con las versiones traducidas y visionadas en España, en lugar de las versiones originales en inglés.



esos mensajes, se trata de un medio comunicativo con poderes importantes de formación psicosocial. En este sentido, no sólo podemos interesarnos por la teoría de Austin de que todo lo que emitimos dice y también hace, sino además podíamos sugerir un tercer elemento posible: el de formar. Cada enunciado dice, hace, y es capaz de dejar huellas en la psique del receptor.<sup>12</sup>

Se trata de las emisiones lingüísticas de personajes ficticios en un medio de comunicación en el cual dichos personajes ni siquiera están representados por seres humanos, sino que son dibujos animados. Sin embargo, igual que las personas reales, dichos personajes tienen nombre, personalidad, atributos físicos, historia personal y familiar, intereses, miedos, objetivos, amores, disgustos, y un largo etcétera, y también igual que las personas reales, expresan quiénes son, cómo se ven, y cómo quieren que los demás los vean, todo a través del lenguaje. Entonces no es sorprendente que, percibiendo tanto parecido a sí mismos, lleguen los jóvenes espectadores a identificarse con ellos y a emularles, física y verbalmente. Explican Potter y Wetherell que la imagen psicosocial que el individuo tiene de sí mismo está inextricablemente unida a los usos lingüísticos que tiene para comprender su mundo. (Potter & Wetherell, 1987)

Enfoques tradicionales en la psicología social han llegado a sugerir que la identidad o el “sí mismo” (*self*) de una persona se podía definir de forma verdadera y permanente, pero como hemos visto claramente en el capítulo dedicado al enfoque psicosocial (aún sólo tratando de la identidad de género), la identidad de la persona es un mundo en sí, compleja y en continuo estado de desarrollo y cambio. Esta idea entra en conflicto con distintas teorías, como *trait theory*, la teoría del “rol” o papel, o las teorías humanísticas. La primera suponía que había tipos bien definidos de personalidades, aptitudes y atributos que tenían fuentes natas y ambientales (las más fuertes siendo las natas), tipos como extrovertidos e introvertidos, dentro de uno de los cuales cada persona encajaría. La *role theory* refleja un enfoque del otro extremo, enfatizando la suprema influencia de las categorías socialmente establecidas que nos colocan en posiciones con expectativas específicas de acción y de personalidad. Según esta teoría, los roles se definen como conjuntos de actividades, cualidades y estilos de comportamiento que se asocian a posiciones sociales, que, a su vez, existen independientemente de cualquier forma

---

<sup>12</sup> Aquí se trata sólo de una idea sin pretensiones de demostrar su validez, aunque podía ser interesante investigarla. De todas maneras, tampoco debemos olvidar la característica algo idealista de la teoría de Austin, que en la práctica resulta poco realista.

individual, y pueden ser impersonales e incluir categorías profesionales, religiosas, recreativas... En nuestra sociedad, se espera comportamientos específicos según la posición social, y las personas aprenden a representar adecuadamente estos roles. Se conforman a sus roles, no solo por las sanciones o premios asociados a su conformidad, sino también por los mecanismos más sutiles de la socialización. Los niños aprenden a verse como los ven los demás; los individuos aprenden a referirse a sus grupos sociales, empleando la comparación social para ajustar sus identidades. (Potter & Wetherell, 1987)

El punto de vista humanístico hace distinción entre el sí mismo privado y el sí mismo público, dando lugar a dos identidades, una siendo más personal y otra más social. Se trata aquí de una conciencia doble, como la de un actor, que sobre el escenario sigue cierto comportamiento asignado, y fuera del escenario sigue el suyo propio. Esto también llega a la conciencia de haber representado bien o mal el papel asignado, lo cual puede causar niveles altos de estrés psicológico. (Potter & Wetherell)

Para nuestro caso, en lugar de pretender decir cómo es el “sí mismo” de una vez para todas, se puede ver cómo la sociedad *habla* de ese “sí mismo”, no como fin rígidamente estable, sino como producto de un contexto social, cultural y temporal. Esta idea es novedosa y bastante interesante para nosotros, porque, como veremos al transcribir nuestras canciones, muchas letras son plenamente introspectivas, hablando precisamente del “sí mismo”. Sugieren que, para apreciar cómo se construye el “sí mismo”, el investigador debe estudiar toda la matriz gramatical y el uso del lenguaje cotidiano, viendo también usos como la metáfora y la analogía para darnos una idea más clara de por qué nos vemos de la manera en que nos vemos. (Potter & Wetherell, 1987)

En cuanto a las construcciones de masculinidad y feminidad, Coward demostró cómo las prácticas discursivas de los medios, dirigidas a la “sí misma”, construyen una versión de lo que *debería* resultarles placentero para las mujeres, y de esta manera, fomenta deseos específicos que son supuestamente femeninos. Podemos extrapolar lo que encontró Coward para sugerir que la identidad (en general) de las personas está íntegramente relacionada con la manera en la que se habla de ella en la sociedad en la que se encuentran. Se trata de un círculo vicioso en el cual se produce y reproduce – a través del lenguaje utilizado – una serie de definiciones de lo que se supone que cada uno *debe* desear ser, hacer, o tener. El cine es un ejemplo perfecto de esto, ya que es un medio en el que se cuenta una historia sobre personajes cuyas personalidades o atributos personales a menudo se dan por entendidos, gracias a estereotipos que se supone que conoce la mayor

parte del público. Las historias así contadas llaman la atención más cuando *no* coinciden con esos estereotipos, lo cual desgraciadamente sólo sirve para reforzarlos y perpetuarlos.

Si vamos a estudiarlas, debemos tener en cuenta un grupo de ideas que nos ayudarán a realizar nuestra investigación de manera apropiada y lo más satisfactoria posible. Potter y Wetherell (1987) sugieren que, desde la perspectiva del análisis del discurso, se tenga en cuenta primero, que tan importante como establecer una metodología rigurosa es adquirir una base teórica adecuada para los fines elegidos. En eso hemos estado trabajando hasta este punto. A partir de allí, hay que pensar en las preguntas que harán en la investigación, que serán muy distintas a las habituales en la psicología social tradicional, y que darán prioridad al discurso, en la forma que tenga, y a la función que ejerza. También está la cuestión de la muestra a elegir. En nuestro caso, hemos elegido las canciones sobre los sueños en los largometrajes animadas denominadas “Clásicos” de la casa Disney, lo cual nos proporciona casi 140 canciones a analizar. No nos vemos obligados apenas a elegir ni eliminar, porque resulta que la muestra que tentativamente sugerimos al principio debe de sernos razonable en cuanto a la cantidad de datos y trabajo, pero también exhaustiva en cuanto a su contenido y representatividad del medio.

Sugieren que existe una ventaja muy importante al utilizar datos y documentos ya existentes, en comparación con el uso de entrevistas, encuestas y otros métodos interactivos o interpersonales, y está en la ausencia de influencia del investigador sobre los mismos datos. Las transcripciones de conversaciones cotidianas, informes del noticiario, trabajos científicos, cartas y documentos oficiales forman parte de la tela social en la cual el investigador no ha influido de ninguna manera. (Potter & Wetherell, 1987) Las entrevistas son de lo más interesante para estudiar el uso natural del lenguaje, pero este método – bastante difícil de realizar de manera rigurosa y comparable – no entra en nuestros planes de estudio.

Digamos que ya hemos realizado la recopilación de nuestros datos. Siguiendo los pasos del análisis del discurso, debemos proceder a codificarlos, como en el caso del análisis de contenido, no buscando resultados inmediatos, sino pretendiendo establecer categorías manejables, pero inclusivas. Hay que estar abiertos, sin embargo, a la posibilidad de no acertar del todo con la codificación inicial, y a tener que cambiar las categorías una vez comenzado el análisis de los datos. Es posible que el fenómeno no quede claro hasta que se haya comenzado a realizar el análisis y se haya intentado

interpretar los datos. En estos casos, el proceso será cíclico, pasado entre el análisis y la codificación y de vuelta a empezar. (Potter y Wetherell, 1987) Y es que el proceso del análisis no es fácil de explicar. Recuerdan que el análisis requiere una cuidadosa lectura y relectura. Los patrones sistemáticos sólo aparecerán tras de muchas horas de trabajo con los datos y comienzos en falso. Además, los comienzos así en falso también ocurren a medida que aparecen los patrones. Es decir que este método requiere de una adaptación sobre la marcha, a medida que se van descubriendo el contenido más profundo del objeto de estudio. (Potter & Wetherell, 1987)

Este tipo de estudio se puede considerar serio si es coherente, explicando los patrones más generales, demostrando cómo encaja el discurso y la función que tiene, sin dejar cabos sueltos, y sin dejar de analizar detalladamente las excepciones para confirmarlas como tales. El análisis no debe limitarse a indicar las consistencias y diferencias entre participantes (si los hay), sino también exponer su orientación para explicar por qué. Si a la hora de estudiar temas lingüísticos, salen nuevos problemas a la luz, no hay que pasarles por encima, sino atenderlos, ya que, si los solucionamos, también confirmamos en mayor medida las funciones de estos usos lingüísticos. De la misma manera, es imprescindible presentar los datos y la metodología del análisis de forma que el lector pueda comprobar por su cuenta el trabajo realizado, cosa que implica mucho anexo para quien quiera leerlo. Y finalmente, si podemos demostrar que los resultados de nuestra investigación son útiles – o sea, que tienen una aplicación práctica – pues qué mejor manera de validarla. No es necesario que los estudios que realizamos sean cuantitativos o experimentales para que se consideren rigurosos. No quiere decir que sean absolutamente infalibles los métodos estipulados aquí por el análisis del discurso, pero tampoco podrá menospreciarlos sólo por ser cualitativos y no-experimentales. (Potter & Wetherell, 1987)

#### 4.1.3.2 *Análisis de contenido*

Un método más bien cuantitativo – aunque tampoco experimental – es el análisis de contenido. La perspectiva de este tipo de estudio se diferencia bastante a la del análisis del discurso, a pesar del hecho de que también aquí se trata de estudios, partiendo de las ciencias sociales, de actos de comunicación. En este caso, el objeto de estudio no es la función comunicativa en sí, sino más bien los motivos culturales que la rodean y la provocan. Antonio Muñoz Carrión ofrece una definición bastante clara de este punto de vista, que echó raíces algo antes que el análisis del discurso, a principios del siglo XX:

“El “análisis de contenido” se preocupa por el tipo de estructuración al que son sometidos los datos de referencia en la elaboración de un relato con sentido. Estas técnicas catalogan, miden y descubren el procedimiento mediante el cual, en cada relato comunicativo se relacionan dichos objetos de referencia con las normas y valores vigentes en cada momento de la historia y en el seno de cada cultura, explicando con una base empírica, cómo se consolidan los estereotipos y los mitos que subyacen a los relatos producidos en una sociedad”. (Citado en Bardin, 1996, p. 6)

Esta perspectiva se asemeja bastante a la nuestra, y por eso nos parece interesante proseguir a ver precisamente cómo son las técnicas empleadas para realizar este tipo de análisis, a ver hasta qué punto nos puede ayudar en nuestra búsqueda de una metodología adecuada para nuestros objetivos. Hemos visto ya la plenitud de buenas intenciones y aún mejores ideas teóricas, a la vez que la ausencia de una metodología estandarizada, en el análisis del discurso. Ahora veamos un ejemplo muy distinto del mismo espectro metodológico, uno que pretende ofrecer un rigor estadístico importante, a pesar de lo cual no carece de inconsistencias y críticas que también habrá que atender, aunque sólo como una advertencia.

Expone Bardin en su *Análisis de contenido* que la interpretación de los mensajes implícitos y dobles de distintos medios de comunicación no es una práctica joven, existiendo – por ejemplo – la hermenéutica desde hace muchos siglos. Sin embargo, fue a principios del siglo XX, en Estados Unidos cuando se convirtió en una ciencia, debidamente preocupada por el rigor científico. Comenzó en la Universidad de Columbia: en la Facultad de Periodismo, se empezó a realizar estudios minuciosamente cuantitativos de los periódicos, haciendo “el inventario de los diferentes epígrafes, se sigue la evolución de un órgano de prensa, se mide el grado de “sensacionalismo” de sus artículos, se comparan los semanarios rurales con los diarios ciudadanos. Se desencadena la fascinación del recuento y la medida”. (Bardin, 1996, p. 11) Durante la primera etapa de esta perspectiva, no se solapaba en absoluto con la metodología lingüística, cosa que resulta curiosa ya que ambas ciencias trabajaban con el lenguaje. Sería después del trabajo de Saussure, Troubetzkoy y Bloomfield, que romperían “con una concepción tradicional de la lengua; la lingüística se hace funcional y estructural”. (Bardin, 1996, p. 11) Todavía se diferencia bastante la lingüística del análisis de contenido, porque esta primera (la lingüística pura) estudia la lengua en sí y sus normas de funcionamiento, mientras que la segunda estudia la realidad que se expresa a través de dicha lengua. (Bardin, 1996, p. 33)

Durante la década de los 40, el análisis de contenido se fortaleció en Estados Unidos, gracias a su utilización en el área de las ciencias políticas. Esta ciencia también aumentó su alcance a aplicaciones más literarias y psicológicas. En Estados Unidos, se iba desarrollando la definición y las técnicas del análisis de contenido a partir de lo estipulado por Berelson, pero que en Francia ni se le amplió ni se cuestionó esto hasta dos décadas después. De todas formas, se evidencia que esta década fue marcada por la preocupación de la validez y la rigurosidad del método. Tras unos años de bajos ánimos respecto a esta técnica, la década de los años 50 vio un renacimiento gracias a desarrollos en campos nuevos y diversos – como la psicolingüística – que se interesaban por el análisis de contenido.

Desde los años 60, quizás los mayores avances en el análisis de contenido se deban a los avances en las nuevas tecnologías, es decir al desarrollo del ordenador. El uso del ordenador permite exigir mayor rigor en el procesamiento de los datos recogidos, tanto a nivel estadístico como a nivel teórico. Por llevar el ordenador el aspecto más minuciosamente matemático que es la estadística, nos vemos liberados para – y también obligados a – mejorar la calidad y la validez de la categorización, trabajo que todavía requiere de la subjetividad/flexibilidad humana. Según algunos críticos, es esta subjetividad humana precisamente uno de los puntos más débiles del análisis de contenido. Esto se debe a que, cada individuo tiene su propio punto de vista, y difícilmente van a coincidir siempre en las decisiones sobre una investigación, por muy bien instruidos que sean. Se percibe que puede haber grandes inconsistencias en estos análisis de contenido, porque se trata de una perspectiva analítica bastante flexible, lo suficiente como para que pueda verse fuertemente influida por cualquier variación en su utilización e interpretación. En nuestro caso, habrá más de un codificador/intérprete de los datos, trabajando con una serie lo más objetiva posible, para garantizar que no haya sesgos por haber un solo codificador/intérprete, pero seremos pocos, para no incurrir en inconsistencias.

Éste no es el único elemento dificultoso del análisis de contenido. Como explica Bardin, esta perspectiva tiene dos objetivos aparentemente contradictorios: el empeño en el rigor científico y la búsqueda de descubrimientos realmente novedosos. Las dos metas suponen para las técnicas del análisis de contenido una continua oscilación entre lo prudente y lo atrevido. Sugiere buscar unas normas en común, para estabilizar esta metodología, por ejemplo, que debe poderse aplicar el análisis de contenido a cualquier

forma de comunicación, y que también debe tener una función “*heurística*” (de ver o explorar) y/o una función de “*administración de la prueba*” (de probar o demostrar). (Bardin, 1996, p. 22) Las dos funciones, por lo menos, sí que son compatibles.

Para empezar, los objetos de estudio, los medios emisores, las técnicas utilizadas y los objetivos específicos varían enormemente entre una investigación y otra, y esto da lugar a la necesidad de descubrir, o más bien crear, las técnicas más apropiadas para cada caso.

“En el análisis de contenido no existen plantillas ya confeccionadas y listas para ser usadas, simplemente se cuenta con algunos patrones base, a veces difícilmente traspasables. Salvo para usos simples y generalizados, como es el caso de la eliminación, próxima a la descodificación, de respuestas en preguntas abiertas de cuestionarios cuyo contenido se liquida rápidamente por temas, la técnica del análisis de contenido adecuada al campo y al objetivo perseguidos, es necesario inventarla cada vez, o casi” (Bardin, 1996, p. 23)

Por suerte, gracias a todo un siglo de análisis de contenido, existe una variedad tan extensa de ejemplos como para poder inspirarse en ellos para diseñar lo más acertado para el caso dado. Tenemos la esperanza de que así sea, en particular si estamos considerando la posibilidad de seguir este método para nuestra propia investigación.

Suponiendo que decidimos realizar un análisis de contenido de nuestro objeto de estudio, hemos de ver exactamente cuáles son los pasos a seguir, y las normas a las que atenernos. Recordando siempre la obligación de mantener la objetividad y las prácticas sistemáticas (para que el estudio no pierda rigor), empezamos por ver en qué campo se encuentra nuestro objeto de estudio. Bardin (1996, p. 26) ofrece la siguiente tabla de “Campos de posible aplicación del análisis de contenido”:

	<i>“Número de personas implicadas en la comunicación</i>			
<i>Código y soporte</i>	<i>Una persona “monólogo”</i>	<i>Comunicación dual “diálogo”</i>	<i>Grupo restringido</i>	<i>Comunicación de masas</i>
LINGÜÍSTICA Escrito	Agendas, pensamientos, diarios íntimos.	Cartas, contestaciones, a cuestionarios, a tests proyectivos, trabajos escolares.	Notas interiores en una empresa, todas las comunicaciones escritas intercambiadas en un grupo.	Diarios, libros, carteles, anuncios publicitarios, literatura, textos

				jurídicos, panfletos.
LINGÜÍSTICA Oral	Delirio de enfermedad mental, quimeras de soñador.	Charlas y conversaciones de todo tipo.	Discusiones, charlas, toda clase de conversaciones de grupo.	Exposiciones, discursos, radio, televisión, cine, publicidad, discos.
ICÓNICO (señales, grafismos, imágenes, fotografías, films, etc.)	Garabatos más o menos automáticos, pintadas, quimeras de soñador.	Repuestas a tests proyectivos, comunicación por la imagen entre dos personas.	Toda comunicación icónica en un grupo pequeño (p.ej.: símbolos icónicos en una sociedad secreta, una casta...).	Señales de tráfico, cine, publicidad, pintura, carteles, televisión”.
OTROS CÓDIGOS SEMIÓTICOS (es decir, todo lo que no siendo lingüístico puede ser portador de significaciones; ej.: música, código olfativo, objetos diversos, comportamientos, espacio, tiempo, signos patológicos, etc.)	Manifestaciones históricas de la enfermedad mental, posturas, gestos, tics, danza, colecciones de objetos.	Comunicación no verbal hacia los demás (posturas, gestos, distancia espacial, signos olfativos, manifestaciones emocionales, objetos cotidianos, ropas, alojamiento...), comportamientos diversos, como los ritos y las reglas de cortesía.	Entorno físico y simbólico: filiación urbana, monumentos, artes...; mitos, estereotipos, instituciones, elementos de cultura.”	

Gracias al paso del tiempo desde que Bardin publicó su libro, podemos ver la falta de un medio importantísimo que es el mundo de Internet, que encajaría en varios sitios de la tabla, debido a sus variadas formas de códigos y soportes, pero otra vez por suerte, aunque



hablemos del alcance de Disney en dicho medio, no entrará en nuestro análisis. También faltan los inventos – extremadamente importantes para nuestro estudio – del vídeo, el DVD/Blu-Ray y los formatos que combinan Internet con la televisión y suponen un acceso prácticamente ilimitado a estos productos mediáticos, que podríamos considerar sobre todo de la comunicación de masas.

Entonces, podríamos mirar esta tabla de dos maneras. De la primera manera, podemos considerar las canciones soñadoras que queremos analizar según el número de personas que literalmente reciben su emisión, por existir en películas y también fuera de ellas (en disco, radio, Internet, libros, etc.), como pertenecientes a la comunicación de masas, en LINGÜÍSTICA Escrito, LINGÜÍSTICA Oral, en ICÓNICO, e incluso en OTROS CÓDIGOS SEMIÓTICOS, por la influencia tan importante que dichas canciones (y sus respectivas películas) han tenido en la cultura occidental. De la segunda manera, podemos considerar esas canciones soñadoras desde una perspectiva más personal, es decir, del punto de vista del contexto cinematográfico, observando el número de personajes (que no personas reales) implicados en la comunicación. Nos puede interesar también esta última manera porque las personas (y consecuentemente también los personajes ficticios de cine) emplean un lenguaje diferente según su interlocutor (o sus interlocutores), y tendremos que tener esto en cuenta a la hora de realizar nuestro análisis. De todas maneras, en este sentido, veremos que las canciones en sí pueden pertenecer a muchos campos, como las canciones monólogos de Mulán o Pocahontas (LINGÜÍSTICA Oral, ICÓNICO, u OTROS CÓDIGOS SEMIÓTICOS), las canciones compartidas con otros personajes como diálogos o comunicaciones con grupos restringidos – aunque sean animales – de Blancanieves, Aurora o Scar (también LINGÜÍSTICA Oral, ICÓNICO, u OTROS CÓDIGOS SEMIÓTICOS), etc. Desde la perspectiva de la comunicación de masas, no parece que vayamos a encontrar mucha dificultad; desde la perspectiva contextual, sin embargo, sí parece que tendremos ya un punto de partida para nuestra codificación más generalizada, comenzando con la rigurosa definición y separación de las canciones según el número de personajes implicados y la relación entre ellos.

Berelson cuñó unas normas respecto a los códigos o categorías hace décadas, pero éstas siguen vigentes: que sean

“homogéneas: no mezclar “las churras con las merinas”, se podría decir;  
exhaustivas: agotar la totalidad del texto; exclusivas: un mismo elemento del

contenido no puede ser clasificado de manera aleatoria en dos categorías diferentes; objetivas: dos codificadores diferentes deben llegar a los mismos resultados; adecuados o pertinentes: es decir, adaptadas al contenido y al objetivo”; o sea, que hay que establecer “unidades de codificación” o de “registro”, y en caso de ambigüedad, otras “unidades de contexto” para poder elucidar mejor. (Citado en Bardin, 1996, p. 27)

Luego para realizar el análisis categorial, hay que establecer criterios para ordenar las unidades para poder clasificarlas, cosa que puede tomar formas muy distintas según el objetivo del estudio.

Para conseguir llegar a este punto, no basta con hacer una mera descripción superficial del contenido de un mensaje, sino que hay que hacer uso de la inferencia, o la deducción lógica. De otra manera, no encontraríamos ninguna aplicación para los resultados de nuestra investigación, ya que se trata de averiguar algo tan importante como las causas y/o los efectos de un mensaje. No podemos olvidar que el análisis de contenido realiza una conexión entre la estructura semántica del mensaje y su estructura sociológica, psicológica..., requiriendo que se observe el mensaje como un receptor normal, por una parte, y como un científico humano indagando en sus significados más profundos, por otra. Una definición más moderna del análisis de contenido podría leerse así:

“Un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de estos mensajes”. (Bardin, 1996, p. 32)

A diferencia del análisis del discurso, el análisis de contenido sí ofrece un método sistemático y objetivo a segur, aunque los aspectos más detallistas varíen drásticamente en cada caso. Según Bardin, el proceso comienza con el preanálisis, luego pasa por el aprovechamiento del material y, finalmente, el tratamiento de los resultados, la inferencia y la interpretación.

Dentro del preanálisis, se empieza con una primera lectura “superficial” para luego realizar una elección de documentos, que debe ser exhaustiva, representativa, homogénea y pertinente; a continuación, hay que formular las hipótesis y los objetivos del estudio, señalar los índices y elaborar los indicadores, y de ahí a la preparación del material. El trabajo implicado en el preanálisis es del más importante, intuitivo y creativo de todo el

proceso. Si se realiza correcta y rigurosamente, el paso siguiente de la explotación del material será meramente mecánico. Incluso en la selección del material, es imprescindible no olvidar ni ignorar ningún elemento (aunque luego se descarte), ni seleccionar un muestreo demasiado restringido para considerarse extensible, ni tan heterogéneo que no haya puntos en común para encontrarle indicadores adecuados; cada uno de estos fallos supondría una falta de rigor e implicaría que los frutos del análisis no serían aceptables. Ahora bien, es posible que, en este punto del proceso, no queden claras las hipótesis ni los objetivos, y francamente, aunque hay que partir de forma preparada y sistemática, también hay que ser flexible, y aceptar la posibilidad de un desarrollo progresivo de dichas hipótesis y objetivos, intercalado con otras partes del preanálisis. En cuanto a la señalización de los índices y la elaboración de los indicadores, se trata de un proceso algo más mecánico y experimental, como son la “*delimitación del texto* en unidades comparables, de *categorización* para el análisis temático, de modalidad de *codificación* para el registro de los datos”. (Bardin, 1996, p. 75) Finalmente, cuando el autor habla de la preparación del material, se refiere a su preparación física, es decir, transcribir lo grabado, o recortar lo escrito, por ejemplo, y pasarlo a papel (o al ordenador y a programas específicos para la recogida y clasificación de datos) para que se pueda realizar cómodamente la aplicación de las categorías y códigos del análisis. (Bardín, 1996)

Esto hecho, ya se está listo para comenzar la segunda fase del análisis de contenido que llama Bardin (1996, p. 76) la explotación del material, “esta fase, larga y fastidiosa, [que] consiste esencialmente en operaciones de codificación, descomposición o enumeración en función de consignas formuladas previamente”. Lo más importante para nosotros es comprender las bases, tanto de la codificación como de la categorización. “La codificación es el proceso por el que los datos brutos son transformados sistemáticamente y agregados en unidades que permiten una descripción precisa de las características del contenido,” es la cita más clara de O.R. Holsti. (Citado en Bardin, 1996, p. 78) Es decir, para que podamos empezar a estudiar el contenido de un texto (recogido de fuente oral, visual o escrito), tenemos que dividir sus componentes en trozos manejables y de un tamaño (o duración o función) homogéneo. Bardin (1996, p. 78) divide el proceso de codificación en tres partes: “(en el caso de un análisis cuantitativo y categorial): la descomposición: elección de las unidades; la enumeración: elección de reglas de recuento; la clasificación y la agregación: elección de categorías”.

Las unidades son de registro y de contexto. Las primeras son los elementos que luego se contabilizarán numéricamente y/o se analizarán más bien cualitativamente, y pueden variar mucho en forma, según la naturaleza del material estudiado y según el objetivo del estudio. Éstas son el resultado de la descomposición del texto, y pueden ser lingüísticas, como frases o palabras, o pueden ser más teóricas, como temas, acontecimientos, etc. Bardin enumera las más habituales, que incluyen las palabras (que se pueden dividir según su función gramatical, por ejemplo), los temas (que pueden o no ser explícitos, y que ofrecen una gran riqueza de posibilidades respecto a motivaciones, actitudes, valores, etc.), los objetos o referentes, los personajes en sí (y sus características específicas, como edad, género, clase socioeconómica, etc.), los acontecimientos (que pueden ser especialmente importantes para los relatos), o los documentos completos (como puede ser una película). (Bardin, 1996) Estas unidades no deben confundirse con las unidades de contexto, que sirven

“de unidad de comprensión para codificar la unidad de registro. Corresponde al segmento del mensaje cuyo tamaño (superior a la unidad de registro) es óptimo para captar la significación exacta de la unidad de registro. Esto es lo que, por ejemplo, puede ser la frase para la palabra, el párrafo para el tema”. (Bardin, 1996, p. 81)

Tendríamos que hacer referencia a estas unidades de contexto a la hora de probar concurrencias entre las unidades de registro, y también con los análisis evaluativos y de contingencia. Efectivamente, igual que con las unidades de registro, el mayor problema parece estar en crear unidades de contexto del tamaño y naturaleza más adecuadas para los objetivos del análisis, y para esto, incluso se podría realizar pruebas con pequeñas muestras de ambos tipos de unidades hasta encontrarlas. (Bardin, 1996)

En cuanto a la enumeración, hay que establecer reglas respecto a cómo se va a contar las unidades de registro. Se puede hacer sencillamente reflejando si aparecen o no (presencia o ausencia), o contando el número de veces que aparecen (frecuencia), o añadiendo mayor valor numérico a unidades con mayor importancia (frecuencia ponderada); también se puede medir la intensidad y la dirección con escalas bipolares, examinar el orden de las unidades, o estudiar la contingencia de más de una unidad de registro en una sola unidad de contexto (que puede ser de asociación, equivalencia u oposición). La elección del tipo o los tipos de reglas de enumeración dependerá de los objetivos del estudio. Y no nos olvidemos que todo este trato numérico tiene una meta

de naturaleza humana y no necesariamente estadística. Tampoco debemos olvidarnos de la posibilidad de realizar nuestras futuras inferencias a través de más de un índice, y de la utilidad que nos puede suponer el uso de métodos ya probados en otras ocasiones análogas.

Aunque el análisis de contenido ha cobrado fama de ser fundamentalmente cuantitativa, ha salido de ese surco para adaptarse a métodos cualitativos e igualmente factibles. Lo cuantitativo es lo más seguro y lo más prudente, pero carece de flexibilidad y creatividad. Lo cualitativo, por naturaleza, puede acercarse más a la brillantez, pero también corre más riesgos metodológicos que debemos asumir y prevenir.

Una vez codificadas las unidades de registro, podemos ocuparnos de una fase del análisis que es quizás la más creativa – y también muy flexible, porque a veces fallamos en el primer intento, e incluso podemos trabajar mejor sobre la marcha – : la categorización de esas unidades de registro. Hay que averiguar qué es lo que tienen en común, y agruparlas correspondientemente. De esta forma, tomamos los datos “en bruto”, y les clasificamos para poder aplicarles algún tipo u otro que les aporte un significado que podemos entender en comparación con las demás. Si esto nos resulta familiar, es porque es un acto que realizamos a diario para comprender el mundo que nos rodea, si para comprar una manzana reineta (en lugar de una manzana *starking*, o menos aún, un membrillo o un mejillón) en el mercado, para pedir indicaciones a un taxista (en vez de a un árbol o un perro) cuando nos hemos perdido, o para nombrar los países que participaron en la Segunda Guerra Mundial (sin mencionar Uruguay ni el río Guadalquivir ni la marca de mis zapatillas de deporte) para el profesor del colegio. Nosotros aprendemos lo que es una manzana en comparación con otros alimentos, y luego, los distintos tipos de manzana; aprendemos que se pide indicaciones a una persona que pueda conocer la zona (un taxista, un policía, una persona adulta que vemos caminando, etc.) y no a un objeto inanimado ni a un ser no-humano; aprendemos qué es un país, cuáles son, dónde están, y sus respectivas historias, y claro que también aprendemos a diferenciarlos de otros elementos políticos y geográficos y objetos ínfimos del día-a-día. Como definición,

“la categorización es una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por género (analogía), a partir de criterios previamente definidos. Las categorías son secciones o clases que reúnen un grupo de elementos (unidades de registro en el caso del análisis de

contenido) bajo un título genérico, reunión efectuada en razón de los caracteres comunes de estos elementos. El criterio de categorización puede ser semántico (categorías temáticas: por ejemplo, todos los temas que signifiquen ansiedad se reunirán en la categoría “ansiedad”, mientras que los que signifiquen posesión se agruparán bajo el título conceptual “posesión”), sintáctico (los verbos, los adjetivos), léxico (clasificación de las palabra según su sentido, con emparejamiento de sinónimos y de sentidos próximos), expresivo (por ejemplo, categorías clasificadoras de las diferentes perturbaciones del lenguaje)”. (Bardín, 1996, p. 90)

Hay que aislar las unidades de registro, y luego encasillarlas según el criterio – o los criterios – que hayamos elegido. Pero esta fase también tiene sus normas, ya que agrupar los elementos de un texto de cualquier manera no sería científicamente admisible. Para que un conjunto de categorías se considere válido y riguroso, existe una serie de requisitos: como la exclusión mutua, la homogeneidad, la pertinencia, la objetividad y la fidelidad, y finalmente, la productividad. Es decir que una unidad de registro debe poder encajar en una – y sólo una – casilla, que todas las categorías deben tener la misma dimensión y el mismo principio analítico, que “el sistema de categorías debe reflejar las intenciones de búsqueda, las preguntas del analista y/o corresponder a las características de los mensajes”, que todo ha de ser codificado de la misma manera bien definida, y que ofrezca resultados útiles o de alguna manera ricos. (Bardin, 1996)

El trato de los objetivos personales de personajes ficticios – en particular en la programación infantil – nos interesa mucho, y para cuando llegemos a crear nuestro propio sistema de categorías, podremos recordar estas dos perspectivas. Y no nos olvidemos de los llamados índices, o diccionarios, como el *General Inquirer*, el *Harvard Third Psychosociological Dictionary*, el *Interpersonal Identification Dictionary*, el *Therapist Tactics Dictionary*, el *Psychological Content Dictionary*, o el *Santa Fe Third Anthropological Dictionary*, que ya habrán visto muchas ediciones más.

Una vez realizada la clasificación de todas nuestras unidades de registro en sus casillas categorizadoras, el siguiente paso es la inferencia, de la cuidadosa e informada deducción respecto a algún elemento de la comunicación. Bardin (1996) nombra cuatro elementos posibles a analizar: el emisor, el receptor, el mensaje (el código o la significación) y el medio. Una emisión comunicativa revela mucho sobre cada uno de estos elementos, tanto por la palabra escrita como por la hablada como por la expresada a través del lenguaje corporal. En nuestro caso, estudiaríamos sobretodo la significación enmascarada en el

mensaje, porque deseamos saber qué es lo que le dicen los sueños disneyanos a su público infantil (y no tan infantil) que ha de una meta personal, según si una persona es de sexo masculino o femenino. Queremos saber si hay una diferencia en la naturaleza de los sueños, qué valores representa, más la actitud del personaje ante ese sueño.

Como hemos dicho antes, aunque indagaremos brevemente en las traducciones realizadas de las canciones para ver hasta qué punto son fieles al significado de su versión original, nuestro enfoque no es tanto en los motivos del emisor para difundir el mensaje de una manera estipulada, como en el mismo contenido final de ese mensaje, y en la forma que pueda afectar a la identidad de género de su audiencia en pleno desarrollo. Sin duda alguna, será más fácil de realizar y de validar la parte del análisis de la significación del mensaje, que las estipulaciones sobre sus efectos psicosociales sobre su público, porque

“el análisis de contenido es un buen instrumento de inducción para investigar las causas (variables inferidas) a partir de los efectos (variables de inferencias o indicadores localizados en el texto), pero la operación inversa, predecir los efectos a partir de factores conocidos, todavía no se encuentra entre nuestras capacidades”. (Bardin, 1996, p. 106)

Encontramos, que lo que nos falta para comenzar un análisis de contenido de nuestra materia es una técnica apropiada. Ahora bien, observando esta metodología, se ha utilizado una variedad de técnicas, según el objetivo del estudio y la perspectiva científica; éstas van desde el análisis más conocido y común, que es el análisis categorial que acabamos de ver de forma generalizada, hasta tipos más específicos como el análisis de la evaluación, el análisis de la enunciación, el análisis de la expresión, el análisis de las relaciones, y el análisis del discurso. (Bardin, 1996) Veremos ahora cómo cada de estas técnicas nos puede aportar algo. El *análisis de la evaluación*, de Osgood, se centra en el estudio psicosocial de las actitudes por las dimensiones de dirección y de intensidad. Nos puede interesar esto por su interés en la actitud:

“Una actitud es un núcleo, una matriz a menudo inconsciente, que genera (y que se traduce en) un conjunto de tomas de posición, de calificaciones, de descripciones y de designaciones más o menos coloreadas de evaluación. Volver a encontrar estos ejes de actitudes tras la dispersión de las manifestaciones verbales, tal es el objetivo del análisis de aserción evaluativa”. (Bardin, 1996, p. 183)

Es importante reconocer que esta técnica, como otras muchas, no utiliza todo el texto, sino que escoge ciertos componentes de sus enunciados, como los objetos de actitud, los términos evaluativos de significado común, y los conectores verbales. Tras identificar y normalizar estos componentes, la técnica consiste en codificarlos, para luego aplicarles escalas de puntuación que servirán para calcular las medidas de dirección y de intensidad. Hay que reconocer también que esta perspectiva sólo analiza lo que está dicho explícitamente, cosa que puede limitarle a quien busque mensajes implícitos, y que puede ser demasiado simplista para que su normalización se considere de rigor científico. (Bardin, 1996)

Otra técnica, o conjunto de ellas, es el *análisis de la expresión*, cuya perspectiva es más formal que semántica, y utiliza indicadores de naturaleza fundamentalmente cuantitativa para poder realizar sus inferencias. Tratando de términos léxicos, por ejemplo, se puede dividir el número de palabras distintas sobre el número total de palabras en un enunciado; esto daría una medida de la diversidad de vocabulario existente. Otros indicadores mezclan los elementos gramaticales, como los nombres, los adjetivos, los verbos, y los adverbios. Un ejemplo es el de J. Roche, que tomaba la suma de verbos + adverbios dividida entre la suma de nombres + adjetivos; el resultado mayor que 1 implicaba un estilo “dinámico” y el resultado menor que 1 implicaba un estilo “descriptivo”. (Bardin, 1996) También se podría buscar indicadores en la longitud de las palabras o las frases, en la misma estructura de las frases, en las vacilaciones y las pausas y las omisiones de los enunciados, en las formas verbales o las palabras o temas repetidos, en los errores gramaticales, en las proposiciones positivas o negativas... las posibilidades son ilimitadas, igual que sus aplicaciones. Pero eso sí, que aquí también existe un riesgo importante, y es el de interpretar correcta y objetivamente los resultados de la fase descriptiva del proceso.

La última técnica que enumera Bardin es el mismo análisis del discurso que hemos visto antes, realizado desde una perspectiva del análisis de contenido. Enfatizando el estudio de las condiciones que rodean la producción de la emisión, y la relación entre el locutor y el receptor, esta técnica divide las frases en proposiciones, y busca las interdependencias dentro de y entre las frases, creando una serie de relaciones binarias para poder codificar los elementos estudiados en campos semánticos con funciones específicos en el discurso. (Bardin, 1996) Éste es sólo un ejemplo más de muchas posibilidades dentro de los campos del análisis del discurso y el análisis de contenido.



#### 4.1.3.3 *El análisis del lenguaje corporal*

Una perspectiva que no habíamos mencionado hasta ahora en nuestra indagación ha sido precisamente la referente al lenguaje corporal, y las razones son sencillas: en el estudio del lenguaje, salvo cuando se trata de los movimientos específicos fisiológicos para emitir los sonidos en cuestión, por ejemplo, solamente se enfoca los aspectos corporales cuando se está trabajando con un medio visual o audiovisual. No podemos olvidarnos de la importancia del lenguaje corporal a la hora de emitir una comunicación audiovisual. Sirve tanto para complementar o reforzar lo que se dice lingüísticamente, como para desmentirlo o ponerlo en duda. Dado que nuestro caso trata de un producto mediático y audiovisual, que además se ve complementado por la música, y que hoy en día hay un acceso casi universal a nivel más individual/interpersonal (discos, cintas, discos, CDs, mp3/4, por Internet, la radio, la televisión), los aspectos lingüísticos y también los corporales nos van a ser de gran utilidad.

Existen enfoques muy variados respecto al análisis del lenguaje corporal, por tener fines distintos y niveles muy diferentes de aplicación, si son políticos, periodísticos, psicosociales, terapéuticos, etc. A continuación, presentamos algunos de estos enfoques, para ver qué formas ha habido y hay de sacar conclusiones sobre las posturas y los gestos que acompañan o sustituyen a las palabras que emitimos. Así, podremos aclararnos respecto a los aspectos del lenguaje corporal que nos pueden interesar a la hora de realizar nuestro análisis, y a cómo proceder a analizarlos.

Padrini parte desde una base sociológica y psicológica, su enfoque tiene fines terapéuticos psicosociales individuales, y su objeto de estudio somos las personas individuales, tal y como nos presentamos y reaccionamos físicamente ante el mundo que nos rodea. Efectivamente, no se trata de los personajes ficticios – ni siquiera representados por seres humanos reales – que viven en los entornos también imaginarios del cine animado de Disney. Pero, como destacan algunos, las historias que observan los niños pequeños de manera pasiva y raramente crítica, en el cine y en la televisión, las viven y las interpretan como si se trataran de personajes reales, sean humanos o animales. Estos niños de la audiencia, hasta que no tengan edad para cobrar conciencia de la diferencia entre lo real y lo imaginario, no se preocupan por si las palabras y los gestos que utilizan los personajes que ven corresponden a las palabras y los gestos de un personaje real correspondiente, sino por su significado literal. Igual que con los adultos, consideran a

estos personajes como a otros individuos, e interpretan los mensajes que emiten, confiando que esos personajes ficticios reflejan fielmente a los reales.

Padrini estudia las posturas, expresiones y gestos corporales con el fin de establecer los fallos energéticos de nuestros cuerpos que reflejan características de nuestra personalidad. A nosotros no nos interesa entrar en el campo terapéutico, pero sí en las maneras en que los aspectos físicos nos indiquen cómo somos por dentro, y según este científico, por mucho que queramos disimular nuestros pensamientos y/o sentimientos, nuestros cuerpos nos delatan. “Es más, a menudo, precisamente en función de la expresión corporal de una persona decidimos si podemos confiar en ella, de qué humor está y cuáles son sus actitudes de fondo hacia la vida”. (Padrini, 1998, p. 25-26) Llama la atención a las mentiras, como ejemplo de un momento de estado de conflicto interior, y en que nuestros gestos se ven afectados de forma evidente para quien los observa con detenimiento. Un estado de conflicto o de estrés nos puede inducir a mover mucho menos las manos en el sentido de la gesticulación habitual que acompaña a la expresión abierta, o a tocarnos mucho más los puntos en el rostro, como la nariz, la ceja o la barbilla. También nos puede inducir a mover más el cuerpo en general, expresando la misma inquietud que “un niño que se retuerce en la silla [porque] tiene ganas de huir; es como si su cuerpo dijese, *quiero estar en otra parte*”. (Padrini, 1998, p. 30) Estos gestos – y también, posturas y simples expresiones del rostro – nos delatan porque son lo que Padrini (1998, p. 31) llama una “fuga de información no verbal”.

Nos será interesante ver esto, no sólo para nuestros fines específicos de estudiar los mensajes que se emiten a través del cine animado “Clásico” de Disney y los efectos psicosociales de estos mensajes, sino también en el sentido de que, efectivamente, los dibujantes (literales) de estas historias han debido que conocer a fondo todos estos gestos y expresiones corporales para poder presentarnos personajes más creíbles. Sabrán, por ejemplo, “que los labios apretados expresan desaprobación; las mandíbulas echadas hacia delante, desafío; los ojos muy abiertos, miedo; la cabeza reclinada y los hombros curvados reflejan sentimientos de debilidad y frustración”. (Padrini, 1998, p. 37) Sabemos reconocer estas expresiones y posturas, cuando las vemos, sin que nos hayan enseñado expresamente a hacerlo. También sabemos reconocer las actitudes más generales de las personas por sus posturas y sus gestos, aunque no sepamos describir qué es lo que realmente nos sirven de indicadores. Padrini usa la postura como objeto de estudio, hablando de la “postura carente”, por ejemplo, que suele adoptar una persona triste y

carente de agresividad, la “postura oprimida”, de la persona con miedo a arriesgar, aunque también con rabia y agresividad, la “postura rígida”, que sugiere orgullo, fuerza, y la preparación para cualquier desafío, mientras que disimula la tristeza y el deseo de ternura, y finalmente, la “postura con ensanchamiento de la parte superior del cuerpo”, también con orgullo, rabia y un deseo de poder sobre otros, que también enmascara el miedo a ser vencido o controlado. (Padrini, 1998, p. 65-67)

También, habla de los círculos concéntricos que representan los distintos espacios (reales, pero con separaciones invisibles) que nos rodean – la “zona íntima” hasta el alcance de la mano con el codo pegado al cuerpo, la “zona personal” hasta el alcance de la mano con el brazo estirado, la “zona social” hasta donde la zona personal confluye con la de otra persona, y la “zona pública” a partir de allí – y de las maneras variadas en que nos movemos dentro de ellas, con preferencias, según factores personales y culturales, por algún espacio sobre otro. (Padrini, 1998, p. 80-82) A partir de allí, las combinaciones no tienen límite.

Wainwright da un paso más hacia nuestro tema a estudiar, ya que el objetivo de su libro sobre *El lenguaje del cuerpo* es el dominio sobre el lenguaje corporal, en el sentido de saber interpretarlo para comprender a los demás, y también para poder expresarse a través del cuerpo en un esfuerzo de mejorar las relaciones que tenemos con las personas que nos rodean. En lugar de estudiar el cuerpo como un cuadro, estático, fuera de contexto, e inalterado por los demás, Wainwright lo estudia en las tres dimensiones físicas, añadiendo factores interpersonales, culturales..., es decir, de la misma manera que lo vivimos. Para este autor, las partes diferentes del cuerpo tienen el siguiente orden de importancia en los mensajes que emiten, o por lo menos para el receptor: los ojos, (el resto de) el rostro, los movimientos o gestos de la cabeza, y los movimientos o gestos de las demás articulaciones. Luego, habla de aspectos que no reflejan tanto el movimiento como el estado – y que no por eso vayan a tener poco impacto sobre nuestra comunicación – como la postura, las distancias, el contacto y la apariencia física. Aplica todo esto a las relaciones que podamos experimentar en distintos contextos de nuestra vida, como en el día a día, en el trabajo, con personas que nos parecen atractivas, en nuestro desarrollo particular psicosocial... (Wainwright, 1998)

Considera el contacto ocular de los elementos corporales más poderosos de la comunicación interpersonal, en parte porque los ojos son lo que más solemos mirar en

otra persona, también en parte porque según algunos estudios, incluso los bebés responden a los ojos (y a simples círculos dibujados en forma de dos ojos), y tanto éstos como los niños aprenden muy rápido que cuánto más mantienen el contacto ocular con los adultos, más atención les prestarán; también aprendemos a reconocer si las miradas de los demás son positivas o negativas. (Wainwright, 1998) Explica que las intenciones e interpretaciones que hacemos de estas acciones dependen en gran parte del contexto social, pero añade que Michael Argyle y otros han llegado a nombrar normas básicamente universales:

1. “Un excesivo contacto visual (como el mirar fijamente o con frecuencia a otra persona) se considera generalmente como manifestación de superioridad (o al menos la sensación de que así es), falta de respeto, amenaza o actitud amenazante y ganas de insultar.
2. Un escaso contacto ocular suele ser interpretado como falta de atención, descortesía, falta de sinceridad, falta de honradez o timidez.
3. El dejar de mirar a los ojos bajando la vista suele ser tomado como signo de sumisión.
4. Una persona mirará mucho a otra: cuando están muy separadas entre sí, cuando están hablando de temas impersonales y sencillos, cuando está interesada por el otro y sus reacciones, cuando ama o le gusta la otra persona, cuando intenta dominar o influir al otro, si es extrovertido, si depende de la otra persona y ésta no da señal de respuesta.
5. Una persona mirará muy poco a otra: si están muy juntos, si están discutiendo un asunto íntimo o difícil, si no está interesada en las reacciones de la otra persona, si no le gusta la otra persona, si tiene un estatus superior, si es un introvertido, si padece ciertas formas de enfermedad mental.
6. La comunicación entre dos personas será más efectiva cuando su interacción contenga una proporción de contacto ocular que ambos consideren apropiada a la situación”. (Wainwright, 1998, p. 19)

Comenta que podemos llegar a sentir intimidados o amenazados, por ejemplo, cuando una persona nos mira muy fijamente, aunque también pasamos más tiempo mirándonos mutuamente cuando nos agradamos. Cuando una persona aparta la mirada hacia abajo, nos da la impresión de tristeza o vergüenza o hasta incomodidad. Reconocemos que una persona está excitada o inquieta porque sus ojos lo están también, y cuando sus ojos se achican, vemos su enfado. (Wainwright, 1998) Pero nuestra relación con los ojos va aún más allá. Resulta que, cuanto más contacto ocular haya – en el sentido de prestar atención o de dar *feedback*, y no en el sentido de intentar incomodar o agredir – mejor nos sentimos, y más alargamos ese contacto, y debemos notar que observaremos esta misma tendencia con los demás elementos del lenguaje corporal. Estudios con las pupilas reflejan lo

mismo: las pupilas se nos dilatan cuando nos agrada o nos interesa algo, y cuando vemos a una persona con las pupilas dilatadas, esa persona también nos resulta más agradable, atractiva o interesante. (Wainwright, 1998)

Los ojos no se utilizan en un vacío social, sin embargo, ya que su uso se une a los usos de las expresiones faciales (y las demás expresiones y gestos). De hecho, gran parte de las expresiones que nos salen de la cara no son conscientes en situaciones normales, y gran parte de esas expresiones nos afectan emocionalmente sin que nos demos cuenta. Destaca Wainwright que las sonrisas nos son de tanto agrado que toleraremos mejor a quien sonría, a pesar de que nos resulte molesto; la sonrisa es una expresión natural (hasta los bebés ciegos de nacimiento sonríen cuando algo les agrada) que favorece el bienestar emocional. Sin embargo, la sonrisa no es la única expresión facial que reconocemos y que nos puede afectar profundamente. Reconocemos y utilizamos una gama amplia de expresiones para expresar nuestras emociones, o lo que deseamos que vean los demás. Ekman y Friesen indican que son seis las expresiones principales que reflejan “cuando una persona está alegre, triste, asqueada, enfadada, atemorizada, e interesada... Han descubierto que son prácticamente las únicas emociones que tienen probabilidad de ser reconocidas por la mayoría de nosotros cuando las vemos expresadas en los demás”. (Citados en Wainwright, 1998, p. 32) Cada expresión tiene multitud de variantes, por ejemplo, con la sonrisa, si es ligera, natural o amplia, si es abierta o cerrada, etc. Una sonrisa puede expresar distintos tipos de placer o agrado, a la vez que sentimientos negativos como la agresión o el sarcasmo. La tristeza o la decepción se expresa a menudo con la mirada baja o la falta de expresión, con las comisuras de la boca inclinadas hacia abajo, y con un decaimiento general de las facciones. La ira se expresa con la mirada fija hacia su causa, con los dientes apretados, y a veces con un cambio del tono de la piel, que puede ser pálida o tan roja que parece púrpura. (Wainwright, 1998) A lo mejor estas expresiones se reconocen tan fácilmente porque nos salen de forma natural e inconsciente, o porque – como ha sugerido Padrini – conocemos los sentimientos que uno siente al realizar tales expresiones.

También los mismos movimientos de la cabeza nos pueden indicar sobre los sentimientos del individuo, porque estos movimientos son aún otro aspecto del lenguaje corporal. Usamos la cabeza con distintos fines, por ejemplo, en asentimiento para indicar aprobación o afirmación, o con un ligero movimiento lateral que puede acompañar a un guiño. Y al igual que las demás expresiones, movimientos y gestos corporales, no

podemos considerar éstos de manera aislada; son un componente más del lenguaje del cuerpo, y hay que estudiarlo dentro de su complejo contexto físico, temporal, social, etc. (Wainwright, 1998) También la postura de la cabeza nos dice mucho sobre la persona: la cabeza bien alta e inclinada un poco hacia atrás da la impresión de una personalidad presumida y hasta agresiva, mientras que la cabeza más bien agachada suele indicar una persona más sumisa o humilde. Estas posturas de la cabeza a menudo se ven acompañadas de posturas y movimientos corporales que refuerzan la impresión: la cabeza alta con la postura erguida y una expresión facial de desprecio, o la cabeza baja con un encorvamiento de postura y una tendencia a evitar el contacto ocular. (Wainwright, 1998)

El contacto ocular que solemos usar para indicar que estamos prestando atención, por ejemplo, a menudo se ve acompañado por una ligera inclinación de la cabeza hacia un lado. Como explica Wainwright, en realidad, no es necesario mirarle a alguien a los ojos para escucharlo (ni siquiera hace falta tener los ojos abiertos), pero nos parece que tiene que mirarnos, o por lo menos mirar en nuestra dirección en general, y ayuda que asiente con la cabeza y aún más, que mantenga esa ligera inclinación que es tan común entre los niños y hasta los perros. De hecho, insiste Wainwright (1998, p. 48) que “cuando escuchamos a alguien, tendemos inconscientemente a imitar sus movimientos de cabeza. Es casi como si deseáramos demostrar nuestro interés compartido mediante un comportamiento también compartido”.<sup>13</sup>

Respecto a los gestos que usamos con las demás partes del cuerpo, hay muchos estudiosos que se han dedicado a clasificar los gestos por funciones. Éstos coinciden siempre en el alcance tremendo de las expresiones de cualquier sentimiento, actitud, emoción, etc., porque los seres humanos usamos los gestos corporales con tanta fluidez e inconciencia que incluso los empleamos – igual que las expresiones oculares y faciales, y los movimientos de la cabeza – cuando no nos encontramos físicamente delante de nadie (como al teléfono).

En este caso de los gestos corporales (aislados aquí de los demás movimientos corporales estudiados del cuello para arriba), el estudio de los cuales se llama “cinésica”, Wainwright sugiere que nos observemos en situaciones en las cuales no podamos utilizar

---

<sup>13</sup> Es importante destacar aquí que, como comenta Wainwright, hay que observar “a niños pequeños que no hayan aprendido todavía a hablar con fluidez. Es en esta época cuando más uso se hace del lenguaje corporal, debido, casi con toda seguridad, a su carencia de habilidades verbales,” página 52.

el lenguaje verbal, como puede ser dentro de una discoteca, una obra de construcción, una biblioteca, cuando nos encontramos a una distancia física importante de nuestro interlocutor, y donde así nos veamos obligados a comunicarnos por señas. Explica que los gestos que utilizamos varían según varios factores, como edad, sexo, personalidad tímida/introvertida o abierta/extrovertida (la segunda habitualmente se expresa mucho más y mejor a través de los gestos), clase socioeconómica, la hora del día, el ambiente donde se realiza, etc., y que las personas que trabajan (o viven o estudian) juntas llegan a establecer códigos específicos respecto a gestos determinados. Claro está que, aunque los gestos y movimientos corporales pueden sustituir a palabras verbales o servir para reforzarlas, suponiendo una especie de accesorio que enriquece nuestro acto comunicativo, pues tampoco llegan a comunicar las cosas con la misma nitidez ni complejidad que las palabras que emitimos por la boca.

Un tema que resulta especialmente relevante para nuestro estudio son las interpretaciones que hacemos sobre la personalidad de una persona según su lenguaje corporal:

“cuando una persona se muestra activa, realizando muchos movimientos no verbales, será calificada como afectuosa, más desenfadada, agradable y enérgica. Cuando la misma persona permanece tranquila, con pocos movimientos, será calificada de más lógica, fría y analítica. Es interesante señalar la equiparación entre movimiento y energía”. (Wainwright, 1998, p. 62-63)

No se trata únicamente de la cantidad de gestos que realicemos, porque la personalidad se refleja también en el tipo de gestos que usamos. Aquí surge alguna diferencia aparente entre los sexos. Se observa, por ejemplo, que los varones cambian de postura más que las mujeres cuando están sentados/as, o que las personas de ambos sexos a menudo emplean el “eco” gestual, postural, etc., que puede reflejar una consideración positiva cuando se hacen de forma clara y segura, como para “comunicar afecto, confianza y cordialidad”. (Wainwright, 1998, p. 62-66) Esto también ocurre en los mundos del teatro y la política, en donde las personas realizan gestos y movimientos muy exagerados, sea por desear ser claramente vistas desde lejos, sea porque ese ámbito lo requiera en general.

Aun otro aspecto del lenguaje corporal son la postura y el porte, que ofrecen indicios de nuestra personalidad, nuestro estado de ánimo, y nuestra actitud respecto a las personas a las que tratamos en un momento indicado. Para Wainwright, son tres las posturas más importantes – de pie, sentado y tumbado – y explica que la postura ejerce una fuerte

influencia sobre el individuo que la adopta y las personas a su alrededor. La postura erguida suele indicar una persona positiva, dominante y confiada, mientras que una persona sumisa, deprimida o tímida adoptaría una postura más encorvada o caída. El hecho de llevar la postura erguida hace que una persona y los demás que la vean la consideren decidida, capaz, y de confianza (y no así una persona que mira siempre el suelo). Esto ocurre con la postura de pie. En cuanto a las posturas sentadas el mismo individuo positivo y capaz adoptaría una postura también erguida, y ligeramente inclinada hacia delante. Para demostrar sentimientos más negativos, y en particular hostiles o despectivos, basta con echarse hacia atrás de manera exageradamente relajada. Para aumentar la sensación negativa, podría cruzarse de brazos, creando la barrera física de distanciamiento que hemos visto antes. (Wainwright, 1998)

Para saber si las personas se caen bien o se gustan, se busca una ligera inclinación hacia la otra, o hacia un lado, postura que se interpreta como forma de relajación y cordialidad. Quizás la postura de mayor relevancia sea la que refleja la postura de las personas con las que está comunicado el individuo, porque la tendencia en una comunicación interpersonal es hacia el mismo eco postural (o de gestos, etc.) que venimos nombrando. Si esa persona deliberadamente no adoptara esas mismas posturas – que tendría que ser muy deliberada, porque ese eco suele ser inconsciente – entonces sería una prueba clarísima de un distanciamiento o diferenciación deseada. Las posturas se van cambiando, con cierto ritmo, a medida que va cambiando una conversación u otra comunicación. (Wainwright, 1998)

También son de nuestro interés los efectos que tienen la proximidad y la orientación que adoptamos respecto a nuestros interlocutores en nuestra comunicación interpersonal. Así, volvemos a los espacios a los que hacía referencia Padriani, cuyo estudio, la “proxémica” fue acuñado y definido por Edward Hall. Resultan llamativos los efectos de los usos distintos de estos espacios sobre el estado de ánimo del individuo, ya que la invasión de la zona íntima de una persona provoca mucho nerviosismo en dicha persona. Pero no se trata únicamente de la distancia, sino también de la orientación. Estar a 0° o exactamente enfrente de otra persona cuando estamos sentados, supone una situación bastante formal, agresiva o dominante, mientras que estar a 45-90° implica una situación algo más relajada o cooperativa. No se suele estar consciente del por qué, pero sentimos los efectos de la orientación, y actuamos correspondientemente, por lo que conviene ser sensible a ello y colocarnos según nuestros fines. (Wainwright, 1998)



En cuanto a las diferencias de orientación según los sexos, algunos estudios han sacado resultados interesantes. Explica Wainwright (1998, p. 93-94), “cuando las mujeres hablan entre ellas se colocan más cerca entre sí y emplean una orientación más directa que cuando los hombres hablan entre ellos.” Este comportamiento depende fuertemente de la situación. Ocurre lo mismo con el contacto físico, ya que una situación dada puede dar lugar a un tipo de contacto, mientras que otra situación requiere otro; además, cada individuo tiene sus costumbres, sus gustos, y su nivel de comodidad con el contacto físico con los demás. Es decir que parece acompañar al papel más activo de una comunicación, sea cual sea su fin. En situaciones en que pueden estar utilizando el contacto corporal varias personas a la vez, como es habitual en las despedidas y bienvenidas, es destacable el hecho de que el contacto corporal suele durar más en una despedida (en que suelen abundar los abrazos más largos) que, en una bienvenida, o el hecho de que los varones parecen iniciar el contacto corporal que las mujeres. (Wainwright, 1998)

Es difícil llegar a conclusiones generalizadas respecto al contacto corporal, porque existen tantas diferencias de aceptación de una cultura a otra, sin siquiera indagar en las diferencias personales: en los Estados Unidos actualmente, el saludo que emplean las personas al conocerse es un apretón de manos, y el saludo entre amigos a menudo incluye un abrazo, mientras que en España, otro país industrializado de occidente, si una mujer participa en ese saludo y es una situación social y no de negocios, pues el saludo consiste en dar dos besos, uno en cada mejilla (aunque es importante destacar que esos besos no son normales, porque se realizan básicamente acercándose mejilla-a-mejilla a la vez que dando un beso al aire), sea la primera vez que se conocen o la undécima. Ahora bien, en Estados Unidos, los besos se consideran un acto más propio de momentos íntimos y sexuales, por lo cual este saludo español da mucho la nota, a la vez que, en España, un abrazo efusivo como es habitual en Estados Unidos, tiene esa misma consideración íntima y sexual, y llama mucho la atención. En cualquiera de estas sociedades, el contacto corporal aumenta en cantidad cuanto mejor se caen las personas – sin necesidad de una relación amorosa – y el autocontacto (habitualmente tocándose alguna parte de la cabeza) aumenta en situaciones de estrés o nerviosismo. (Wainwright, 1998)

Recordémonos que nuestro objeto de estudio son películas producidas en otro país, escritas desde una perspectiva cultural que, aunque se parezca en algunos aspectos a la española, no es la española. Dado que son dibujos animados, queda claro que los dibujantes conocen muy bien cómo expresar una emoción dada, pero o es a través de los

gestos estadounidenses conocidos, o a través de gestos interpretados (a menudo estereotipados) como extranjeros. Existen algunos gestos universales, como las expresiones faciales a las que antes nos referimos, y ciertos elementos de los saludos (como el movimiento de las cejas, la sonrisa, el contacto ocular, y el estrechamiento de la mano); luego están los gestos y comportamientos característicos de cada cultura, dentro de su propio contexto. (Wainwright, 1998)

Entonces, de cara a nuestro análisis, podremos referirnos a este trabajo de Wainwright, dedicado a mejorar de las relaciones interpersonales a través del uso más sensible de los distintos elementos del lenguaje corporal. Tendremos que tener en cuenta cómo el público se relaciona con los personajes que vamos a estudiar; poder averiguar cuáles son los mensajes que nos dan pistas sobre esos personajes, y cómo se emiten (entre el lenguaje corporal, el verbal y la mezcla de ellos, por ejemplo), para hacer que la audiencia se identifique con ellos, les encuentre graciosos o despectivos, les ame o les odie. Como se trata de un medio de comunicación de masas, a través del cual no hay interacción entre emisor y receptor – pero sí entre los personajes que encontramos dentro del mismo medio – hemos de estudiar las relaciones entre esos personajes, que en sí son los mensajes emitidos por estas películas, como si se tratara de comunicaciones interpersonales reales, que es como las observan los niños. Y en las comunicaciones interpersonales reales que observamos, obran todos los elementos que estamos viendo.

Un tercer enfoque que trata de *La comunicación verbal y no verbal* se encuentra en un resumen realizado por Hervás, un libro con fines didácticos y una perspectiva más globalizadora respecto a la comunicación humana en general. Esta autora repite lo mismo que los otros en cuanto a la importancia del lenguaje corporal para los seres humanos:

“podemos afirmar que el gesto, lo que viene siendo conocido como el lenguaje del cuerpo, fue el origen del lenguaje humano. Estos gestos que se acompañaban con sonidos simbólicos, puramente onomatopéyicos, eran casi exactamente iguales en cualquier lugar del planeta donde se realizaban. Los primeros mensajes de un ser humano son, de hecho, no verbales: gestos, sonrisas, miradas intercambiadas entre la madre y su hijo... Éste responde por mimetismo y se inicia rápidamente en ese código no verbal. Será sólo más tarde, cuando debido a la importancia que se le da a la lengua escrita y hablada, la educación hará que este medio de comunicación pase a segundo plano. No obstante, el niño, cuando se esfuerza en escribir, realiza movimientos con la lengua, y gesticula con los brazos cuando habla”. (Hervás, 1998, p. 36-38)

Cuenta que los gestos que realizamos tienen varias funciones: transportar la información que se desea emitir, reforzar o expandir la información expresada verbalmente, contradecir o simplemente sustituir la comunicación verbal, y regular los flujos de comunicación. (Hervás, 1998) También llama la atención a la importancia de la cinésica, ese estudio de “los movimientos y las posiciones corporales que son significativos y que tienen fines comunicativos dentro de un grupo cultural determinado”, teniendo en cuenta la importancia de los principios que propone Birdwhistell: el contexto para el significado de una expresión o movimiento corporal, el aspecto pautado de “la postura, el movimiento corporal y la expresión facial”, la consideración del movimiento corporal como un reflejo “del sistema social al que pertenece el grupo” que lo emplea, la influencia sistemática de la actividad corporal “en el comportamiento de los demás miembros” de un grupo dado, la función comunicativa de dicho comportamiento, las significaciones deducidas de tal comportamiento, y los aspectos biológicos y experienciales “del sistema del individuo”. (Citado en Hervás, 1998, p. 41) Estos principios pueden servir para recordarnos del carácter universalmente inherente del lenguaje corporal en la comunicación interpersonal, y de la importancia que tiene, por tanto, en un estudio sobre una serie dada de mensajes audiovisuales emitidos a través de un medio de comunicación de masas.

#### 4.1.4 Los medios de comunicación y sus efectos psicosociales

Comenzando con los medios de comunicación de masas, la misma Hervás hace referencia a la naturaleza y los objetivos de dichos medios, que sirven para informar y para entretener, y que pueden tener fines tanto puramente periodísticos (que también pueden llevar el objetivo de influir en la opinión pública) o educativos y sociales, como competitivos o económicos. Tenido esto en cuenta, explica que

“los medios de comunicación poseen las siguientes *características*:

- Son medios artificiales y para su producción se necesita un conjunto de profesionales y equipos de alta tecnología.
- Son unidireccionales: van de emisor a receptor, sin posibilidad de intercambio: no se establece el diálogo.
- Influyen en la sociedad en la que inciden y, a su vez, son influidos por las reacciones y acontecimientos de esa colectividad.
- Proporcionan nuevas maneras de seleccionar, componer y compartir puntos de vista diferentes, creando nuevos públicos a través de los límites de tiempo, espacio y condición social.
- Se dirigen a macrogrupos. De ahí la despersonalización y vulgarización del lenguaje utilizado, que debe responder a una colectividad amplia e indeterminada.

- Como consecuencia de lo anterior, los medios de comunicación de masas tienden a promover una homogeneidad en el lenguaje, una cultura popular uniforme.
- El receptor no siempre puede controlar la gran masa de información que circula por ellos; de ahí la posibilidad de ser manipulado por tales medios, como lo demuestra el interés que por estos tienen los grupos políticos, económicos, el Estado, etc.
- Estos medios emplean muchos elementos complementarios para captar la atención del receptor: fotografías, dibujos, grandes titulares, por ejemplo.
- Fugacidad y superficialidad de los mensajes difundidos, dado que su recepción ha de producirse sin esfuerzo.
- Se emplean lenguajes mixtos: signos lingüísticos y visuales en la prensa; la palabra, la música y efectos sonoros en la radio; la palabra y la imagen en movimiento en la televisión, por ejemplo”. (Hervás, 1998, p. 58-59)

Quizás lo más importante es que estos medios se han convertido en servicios que damos por hechos, y de los que tenemos una tremenda dependencia sin siquiera darnos cuenta de ella. Se trata de “un instrumento de cultura”, de socialización, ya imprescindible en el mundo occidental actual. (Hervás, 1998, p. 82-83) Hablando específicamente del cine,

“cada filme o ‘película’, una vez en pantalla, se convierte en una fábrica de sueños para huir u olvidar la realidad (como un libro), un medio de comunicación (emisor-receptor-mensaje...), con un lenguaje específico (imágenes + palabras + ruidos + música) y una técnica (imagen en movimiento), un espectáculo (visual), que genera una industria, y un arte (el séptimo) que sintetiza en su naturaleza a todas las demás artes sacralizadas por el tiempo... como medio de comunicación cumple diversos objetivos: informar, distraer, manipular... todos ellos referidos a las diversas facetas que puede adoptar la actividad social. Lo innegable es que el cine se nos ofrece como espacio para el discurso, donde la sociedad nos habla y se escucha por la vía interpuesta de unos actores y un público. El cine, por tanto, incide en la sociedad por su capacidad para reflejar actitudes y comportamientos, su peso específico a la hora de determinar orientaciones y valores, y su facilidad para crear modas y expectativas”. (Hervás, 1998, p. 155-156)

Por todo esto nos resulta tan interesante y tan importante preguntar por qué es lo que nos comunica este medio y por cuáles son los efectos (psicosociales) que puede ejercer sobre nosotros, el público.

El estudio de los efectos de los medios de comunicación de masas sobre su audiencia lleva varias décadas entre las materias más interesantes atendidas por las ciencias sociales. No se trata sólo del efecto que éstos puedan ejercer sobre las personas que los oyen, leen o de otra forma consuman, sino también de los motivos y otros factores que rodean su

producción y emisión. Por mucho que nos gustaría pensar que una película ha sido realizada con el único fin de servir de entretenimiento, la realidad nos recuerda que la relación oferta/demanda y las tendencias estéticas y éticas del mercado rigen más que el gozo de un solo individuo. No podemos olvidarnos del hecho de que los medios de comunicación representan uno de los negocios más importantes ahora del siglo XXI. Como observamos con el tema de la casa Disney, las grandes casas de cine pueden llegar a alcanzar dimensiones de verdaderos imperios, con un alcance internacional antes inconcebible – e ingresos mayores que el PIB de algunos países – incluso para los medios más atrevidos de antaño, como la radio.

Para cuando Olivier Burgelin publicó su *La comunicación de masas* en 1974, la mayoría de los estudios realizados sobre los medios de comunicación de masas y, sobre todo, sobre los efectos ejercidos sobre su público, trataba de la prensa, algunas formas de publicidad, y la televisión. Cuando la televisión aún era nueva en nuestra sociedad, existía mucho temor por la pasividad que este aparato pudiera crear en los niños que lo observaban. Un estudio realizado en Gran Bretaña en 1958 sacó resultados muy llamativos de una encuesta de profesores al respecto:

“1º El hecho mismo de contemplar la televisión es una actividad mental pasiva. El niño, sentado, inmóvil, con la boca abierta, bebe todo aquello que aparece en la pantalla; absorbe el contenido de la televisión como una esponja... 2º La televisión puede conducir al niño a preferir una visión televisiva de la vida, a la vida misma... 3º La televisión provoca una actitud espectral y una pérdida de la iniciativa... 4º La televisión estraga... 5º La televisión embota la imaginación... 6º La ideología de los medios de comunicación de masas – la cultura de masas – tendería a desalentar las actividades militantes de tipo político, sindical, social, religioso o cultural, sobre todo en la medida en que éstas tienden a modificar la cultura o la sociedad”. (Burgelin, 1974, p. 154-155)

Que hemos citado tanta opinión expresando la pasividad implícita en la visión de la televisión no quiere decir que estemos de acuerdo con ello, sino que nos interesan las ideas que tenían los pedagogos sobre este medio hace tanto tiempo. Si ojeamos estudios realizados sobre los efectos de la televisión en los niños en el transcurso de los últimos 60 años, veremos una transición importante de enfoques cada vez más específicos y científicos, y opiniones que se apoyan en cada vez más datos concretos, lo cual es lógico. Pero antes, veamos otros medios, de raíces a veces mucho más profundas, y algunos

estudios que se han realizado sobre los mensajes que emiten y los efectos psicosociales que pueden dar en su público.

#### 4.1.4.1 *Los cuentos*

Dado que muchas de las películas que vamos a estudiar están basadas en cuentos infantiles, y en “cuentos de hadas”, nos parece relevante ver qué tipo de indagación ha habido al respecto. Existen numerosos enfoques en cuanto a los cuentos, pero sólo unos pocos que han llegado a ejercer una influencia importante: tomemos como ejemplos bien dispares a Vladimir Propp, a Bruno Bettelheim, y a una escala mucho más reducida, a Adela Turin.

Este primer autor del siglo XX nos ofrece libros como *La morfología del cuento*, o *Las raíces históricas del cuento*, que representan una búsqueda – y un encuentro – de formas y orígenes comunes de los cuentos que proceden del folklore internacional. Insiste en que son lo suficientemente parecidos los cuentos de las distintas culturas, y sobre todo las raíces históricas de las que nacen, para tomar como ejemplo generalizador el folklore de su Rusia natal. Explica que lo que busca en *Las raíces históricas del cuento* son los ambientes, movimientos y procesos (que no acontecimientos aislados) históricos que han producido una serie de cuentos especiales que él denomina ‘maravillosos’. Por otra parte, explica que éstos tienen más o menos el mismo argumento, sea de donde sea su procedencia.

En *La morfología del cuento*, define el “cuento maravilloso” así:

“se delimita con bastante exactitud el género de cuentos que comienza con una disminución o un daño causado a alguien (rapto, expulsión del hogar, etc.), o bien con el deseo de poseer algo (el rey envía a su hijo a buscar el pájaro de fuego) y se desarrolla a través de la partida del protagonista del hogar paterno, el encuentro con un donante que le ofrece un instrumento encantado o un ayudante por medio del cual halla el objeto de su búsqueda. Más adelante, el cuento presenta un duelo con el adversario (la forma principal es el duelo con la serpiente), el regreso y la persecución. Con frecuencia, esta composición presenta determinadas complicaciones. El protagonista ya ha regresado a su hogar, sus hermanos le arrojan a un precipicio. Más adelante, reaparece, se somete a una prueba llevando a cabo actos difíciles, sube al trono y contrae matrimonio, en su propio reino o en el de su suegro. Esta es la breve exposición esquemática del eje de la composición que constituye la base de muchos y variados temas”. (Propp, 1998, p. 16-17)

Hace comparación entre, por ejemplo, el mito y el relato maravilloso, y destaca el hecho de que lo único que puede necesariamente diferenciar estas dos manifestaciones del folklore es la función social, ya que en forma se parecen tanto como para no encontrar diferencia aparente alguna. (Propp, 1998) Habla también de la dificultad de comparar las fuentes de los cuentos cuando algunas los han diseminados directamente a través del pueblo (de las masas, de la plebe, etc.), y otras lo han hecho más bien indirectamente, a través de la literatura/lenguaje formal u oficial, como en el caso de las antiguas civilizaciones griega y egipcia. (Propp, 1998) Propp realiza investigaciones admirablemente minuciosas, pero tampoco se acerca mucho a lo que nos interesa, porque buscamos precisamente el lado contrario a lo que busca él: los efectos de los mensajes que emiten los cuentos, en lugar de sus causas.

*Psicoanálisis de los cuentos de hadas* es un libro dedicado a exponer de qué maneras este género literario influye positivamente en el desarrollo psicológico de los niños. Bettelheim estudia la influencia de los cuentos de hadas en la educación infantil, examinando famosos cuentos occidentales, como “Blancanieves”, “Caperucita Roja” o “Cenicienta”, y se dedica a mostrar cómo éstos liberan la mente de los niños. Insiste que estos cuentos reflejan

“algunos aspectos de nuestro mundo interno y de las etapas necesarias para pasar de la inmadurez a la madurez total... al identificarse con los distintos personajes de los cuentos, los niños comienzan a experimentar por ellos mismos sentimientos de justicia, fidelidad, amor, valentía, no como lecciones impuestas, sino como descubrimiento, como parte orgánica de la aventura de vivir”. (Bettelheim, 1997, contraportada)

Enfatiza ciertas características que diferencian a los cuentos de hadas de otras formas literarias parecidas, como los mitos y las fábulas, características que hacen que sean una fuente tan positiva y tan accesible para los niños. Destaca, por ejemplo, que a diferencia de los mitos, que hablan de personajes muy específicos y sobrenaturales, con nombres claros y en circunstancias extraordinarias, y que suelen acabar de forma específica y pesimista, los cuentos de hadas tienden a no nombrar a sus personajes en absoluto, o de hacerlo, les ponen nombres sumamente genéricos, a la vez que tienen lugar en situaciones cotidianos – aunque se suele evidenciar algún acto mágico o irreal – y casi por definición tienen finales felices, o al menos abiertos y optimistas. Los mitos presentan una situación muy específica e irrepetible, que puede reducir la identificación del lector/espectador con

ellos, mientras que los cuentos de hadas reflejan mucho más la realidad vulgar del lector/espectador, permitiendo un acercamiento mayor por parte de éste. (Bettelheim, 1997)

Ambos formatos ofrecen lecciones respecto a los valores sociales y personales, pero las historias que más explícitamente expresan esos valores son las fábulas. También con posibilidades irreales, como los mitos y los cuentos de hadas, éstas expresan una moraleja de forma contundente y a menudo cruel. El cuento de hadas expresa su moraleja, no a través de una afirmación plena e incuestionable, sino a través de acciones que sugieren los aspectos y resultados positivos y negativos de cada acción, de cada actitud, dando lugar a la posibilidad de sacar cada niño o niña sus propias conclusiones, usando su imaginación, y alcanzando una sensación de logro justamente por realizar ese descubrimiento por su cuenta. A diferencia de las fábulas, que dan una lección estática y obligatoria, los cuentos de hadas ofrecen sugerencias que se interpretará según el momento y las circunstancias particulares de cada uno. (Bettelheim, 1997)

Respecto a los elementos mágicos de los cuentos de hadas – como los objetos inanimados que se comunican con el héroe – Bettelheim (1997) explica que los niños y las niñas más jóvenes no diferencian entre los seres vivos y animados y los objetos, por lo que no se aleja tanto de su propia interpretación de la realidad. Insiste que las experiencias internas del niño o la niña poco tienen que ver con el mundo “real” que algunos padres se empeñan a enseñar a sus hijos, y que es sumamente importante permitir que el niño tenga esas experiencias internas, sin menospreciar ni ridiculizarlas, por muy poco realistas que parezcan, porque le ofrecen mayores estímulos abiertos, creativos e imaginativos. Para él, tanto los cuentos de hadas como las historias realistas tienen su lugar – que no se debe negarle ninguno a los niños – porque los primeros sirven para comprender y asimilar mejor los mecanismos psicológicos internos (y proceder a buscar la unidad de los distintos elementos de la personalidad), y los segundos para aplicarse también estos mecanismos internos, una vez hayan adquirido un “conocimiento verdaderamente significativo para ellos”. (Bettelheim, 1997, p. 61)

Para que un cuento (de cualquier tipo) llegue a tener ese significado tan personal para un niño o niña, y ejerza una influencia positiva sobre él o ella a la hora de externalizar sus sentimientos, necesita considerar que las soluciones que ofrezca el cuento sean suyas, y para esto, debe ver que, efectivamente, son soluciones positivas para él/ella. No es



necesario obligarle a un niño o niña oír una historia, porque el mismo niño identificará las historias o cuentos que le resultan agradables – que en realidad le gustan porque presentan soluciones a las cuestiones que más le preocupan en un momento dado – y pedirá que se las repita una vez y otra.<sup>14</sup> Por otra parte, explica Bettelheim (1997, p. 69-71)

“A partir de los cinco años, aproximadamente – la edad en que los cuentos adquieren su pleno sentido –, ningún niño normal cree que estas historias sean reales. Una chiquilla disfruta imaginando que es una princesa que vive en un castillo y elabora fantasías de que lo es, pero cuando la madre la llama para ir a comer, sabe que no es una princesa. Y aunque los arbustos de un parque puedan verse, a veces, como un bosque oscuro y frondoso, llenos de secretos ocultos, el niño es consciente de lo que es en realidad, lo mismo que una niña sabe que su muñeca no es un bebé de carne y hueso, aunque la llame así y la trate como tal”.

Sin embargo, a la vez que los niños son conscientes de que los cuentos de hadas no son reales, también son conscientes de que las relaciones que se desarrollan dentro de ellos sí pueden tener un significado personal relevante. Algunos enfatizan la importancia del ser aparentemente más insignificante (especialmente útil cuando un niño se siente así de insignificante) o la capacidad de sabiduría del ser aparentemente tonto, en comparación con el ser inteligente incapaz de utilizar su inteligencia de forma sabia; otros insisten en que los esfuerzos acabarán en éxitos; otros explican que no es suficiente la comprensión de uno mismo, sino que hay que obrar de acuerdo con esa comprensión; otros explican cómo un ser físicamente más débil puede vencer a un ser físicamente más fuerte a través del ingenio, etc. Estos cuentos nos ofrecen un camino a seguir cuando nos enfrentamos a dificultades en la vida cotidiana, incluso dificultades infantiles.

Un elemento que aparece mucho en los cuentos de hadas es la tendencia a clasificarlas cosas en “parejas de contrarios”. Explica Bettelheim que ésta es precisamente la manera en que un niño suele ordenar las cosas de su mundo para poder comprenderlas mejor, y que los grises que los adultos somos capaces de distinguir entre el blanco y el negro no aparecen hasta mucho más tarde. Por tanto, lo más habitual en los cuentos de hadas es que los personajes sean o malos o buenos, o grandes o pequeños, o bondadosos o

---

<sup>14</sup> Estas peticiones de repetir los cuentos se extienden claramente al ámbito de los medios de comunicación, en la forma de insistir en ver películas (en cinta de vídeo o dvd) numerosísimas veces. Los niños de hoy en día ven sus cintas/dvds/Blu-ray de Disney (y de otras productoras) con tanto fervor, que esta práctica ha llegado a aparecer como objeto de estudio en páginas de Internet dedicadas a los padres de niños pequeños, y hasta fuente de chistes que aparecen en publicaciones de tirada más amplia (como los ‘comics’ de Maitena que aparecen en *El País Semanal*).

mezquinos, para facilitar la comprensión por parte de los niños. (Bettelheim, 1997) Es a través de estos contrarios que los niños pueden darse cuenta también que, efectivamente, tenemos una naturaleza dual, porque experimentamos sentimientos que parecen contrarios, y hacemos cosas aparentemente contrarias, y sólo a través de la unión de estos aspectos contrarios de nuestra misma persona, podemos considerarnos completos.

Quizás en lo que más insiste es en el hecho de que los cuentos de hadas proporcionan para los niños y las niñas fantasías que ellos solos no serían capaces de inventar, y que son necesarias para poder saber afrontarse a las dificultades con las que se puede encontrar en el camino hacia la madurez y la felicidad. Se dirigen a los procesos freudianos del desarrollo psicológico, en particular respecto a las personas que nos rodean y nuestras relaciones con ellas, empleando siempre una perspectiva optimista que dicta que, por muy difícil que pueda parecer una situación dada, a base de grandes esfuerzos y la actitud apropiada, se puede conseguir el éxito en el futuro. Destaca que los niños necesitan creer en sí mismos, en el futuro, y en el éxito de sus esfuerzos. Por esto, sugiere que los padres y las madres utilicen este medio de forma concienzuda, para animar y ayudar a sus hijos e hijas a superar sus conflictos interiores. (Bettelheim, 1997)

El tercer estudio que queremos destacar, y cuya influencia es mucho más reducida que este último, es un breve resumen que hace Adela Turín sobre una selección de cuentos, como reflexión sobre los estereotipos allí presentes. Esta obra se diferencia de las otras dos mencionadas, primero, porque trata de una selección de cuentos infantiles modernos en España, y segundo, porque parte desde un enfoque feminista, con el fin de examinar los estereotipos sexuales empleados (o no) en estas obras. Producto de una editorial pequeña, y con una tirada igualmente limitada, esta obra no es de la misma envergadura que las otras dos, pero sí la podemos considerar en el sentido de un estudio más sobre los cuentos.

Turin encuentra que la mayoría de la literatura infantil publicada a mediados de los años 90 todavía revela una insistencia en los estereotipos “tradicionales” de género que proliferaban durante la dictadura franquista. Cuenta que “Las imágenes estereotipadas de la mujer y del hombre que transmiten los libros infantiles son mutilantes para las niñas y empobrecedoras para los niños. En efecto, por una curiosa necesidad de simetría, se le niegan a un sexo las características y los comportamientos que se le atribuyen al otro”. (Turin, 1995, p. 8) Según estos libros, las mujeres pueden seguir el modelo “clásico” o

pueden renunciar a sus características “femeninas” y seguir el modelo más moderno de tener aspiraciones profesionales (masculinas), etc., pero curiosamente no consideran la posibilidad de compaginar con éxito la vida familiar y la profesional. A la vez, los varones carecen de modelos que incluyan actitudes y acciones relacionadas con los cuidados más íntimos de la casa y la familia, que no sea el modelo típico cuyas actividades se centran fuera del hogar. No se lo daríamos tanta importancia si no fuera por el hecho de que las ilustraciones en los libros infantiles tienen una influencia muy importante sobre los niños.

“Para los niños, los estereotipos de los libros ilustrados tienen, a menudo, más fuerza que la realidad que les rodea. Un estudio sobre el sexismo en la educación realizado en los Estados Unidos, cita el caso de una niña de siete años que, tras haber mirado imágenes de médicos y de enfermeras, declaraba: “yo no puedo ser doctor, solamente enfermera. Lo pone en mi libro””. (Turin, 1995, p. 9)

Destaca una serie de símbolos recurrentes en la literatura infantil, y relacionados con los estereotipos de sexo o de género: el delantal, por ejemplo, como símbolo fácilmente reconocido del papel hogareño femenino de madre y ama de casa; los materiales de limpieza representan la situación penosa y humillante que sufre el ama de casa; las gafas son el símbolo de la inteligencia, por excelencia, aunque éstas a menudo se ven como incompatibles con el atractivo femenino, cosa que no ocurre con lo masculino; los periódicos representan la información, y son leídos por personajes varones, mientras que los libros y cuentos de hadas representan un medio más frívolo o de evasión, y son leídos por personajes femeninos; la ventana a menudo simboliza la pasividad y el papel limitado de los personajes femeninos, ya que suelen ser niñas o mujeres las que se colocan delante de la ventana para ver pasar la vida exterior. (Turin, 1995)

Las madres que aparecen en estos libros no se asemejan a las madres de hoy en día: “no tienen profesión ni oficio, no hacen deporte, no muestran intereses culturales, no invitan ni son invitadas, no van al cine, no se pasean. No tienen amigas ni amigos: sus relaciones, jamás personales, se limitan a los vínculos familiares y a las relaciones impuestas por la vida social de los niños”. (Turin, 1995, p. 18) Esto no quiere decir que se presenten como siempre felices ni tranquilas. De hecho, frecuentemente se presentan las madres y amas de casa como desdichadas, debido a la gran carga física y emocional que llevan, aunque tampoco se ofrecen soluciones a esta situación, sino que sencillamente se acepta como una realidad inevitable. Las madres capaces de llevar esta vida tan dura y además lograr entretener y divertir a sus hijos, o se da por hecho que son así, o son

idealizadas, mientras que las que no son capaces de ello, o que desean seguir otro modelo no tan servil, se consideran incapacitadas, extrañas, egoístas, o hasta brujas.

Los padres que aparecen en la literatura infantil tampoco tienen mucho que ver con los padres reales: son el sustentador principal de la familia, gracias a los oficios que se realizan fuera de casa, por lo que se nota mucho su ausencia, ya que el escenario típico de estos libros suele ser el hogar; son presentados como seres inteligentes y muy ocupados, mecánicos y albañiles perfectos, pero incapaces de cocinar o de realizar una sola tarea doméstica; cuando disponen de un momento libre, son fuentes de inspiración para el futuro de sus hijos, y fuentes de apoyo moral para sus hijas. Cuando no siguen el modelo “clásico”, pueden ser una exageración de éste, siendo demasiado autoritarios, distraídos o ausentes, o pueden adoptar otras características negativas supuestamente más “femenina”, como el narcisismo, la frivolidad, o la inmadurez. Es decir que también están muy limitados en sus papeles:

“Los libros les dicen a los niños que los hombres no están hechos para las cuestiones domésticas, que les faltan las cualidades congénitas (a decir verdad sin gran valor) que hacen que las mujeres sean amas de casa desde la infancia; que los problemas de la vida cotidiana no les conciernen y que es justo que sea así, ya que ellos trabajan en el exterior y mantienen a la familia (el hecho de que numerosas madres trabajen fuera y ganen dinero es un detalle que los libros ocultan cuidadosamente a los niños); les dicen también que no es cosa de papás manifestar los sentimientos, hacer mimos, dar besos”. (Turin, 1995, p. 40-41)

En estos libros, el padre rara vez comparte juegos con la niña, aunque sí con el niño. Como mucho, algunos padres se muestran cariñosos con las niñas, mientras con los niños transmiten su cultura “masculina”. Entonces, no sorprende que los niños y las niñas en la literatura infantil sean estereotipados también por sexo.

En su búsqueda de literatura infantil moderna (en España) que no se vea marcada por estos estereotipos, Turin ha tenido escaso éxito. La perspectiva de la autora en este caso sí se parece a nuestro punto de vista, porque se trata de los mensajes de género que expone este medio a su jovencísimo público. Por tanto, aunque las obras investigadas poco tienen que ver con el medio que estudiaremos, nos será interesante tener en cuenta la situación que ha revelado respecto a los estereotipos de género existentes en la literatura infantil en España.

#### 4.1.4.2 *Los medios de comunicación de masas – prensa, publicidad, televisión, cine, informática*

Dado que, en el capítulo dedicado a las bases socio-históricas de nuestra materia, estudiamos en detalle los resultados recopilados por estudios sobre los medios de comunicación de masas, respecto al género, aquí indagaremos más en la naturaleza teórica y metodológica de las investigaciones que se han realizado al respecto, para buscar posibles aplicaciones para nuestra propia investigación. Esta vez, nos centraremos sobretudo en estudios sociales sobre el contenido de estos medios, para darnos ejemplos, y en muy menor medida sobre la audiencia, lógicamente salvo en casos en los cuales se trate de una audiencia infantil. Por esta razón, nos alejaremos de la prensa no-infantil, y de gran parte de la informática, y nos acercaremos más a investigaciones sobre la publicidad, la televisión y el cine.

En el informe final de *Imágenes de las Mujeres en los Medios de Comunicación* publicada por la Unión Europea, se trata específicamente de los estudios publicados sobre este tema en la Europa de finales del siglo XX. Destaca la amplia diferencia de volumen entre los estudios proporcionados por los países del norte del continente y los emitidos por los países del sur: entre “Francia, Grecia, Irlanda, Portugal y España”, se realizó menos del 25% de las investigaciones publicadas desde 1990. Esto, dicen, se debe o al reducido tamaño del país y sus recursos, o al todavía no encontrarse reconocido académicamente el tema en dicho país. (Instituto de la Mujer, 2000, p. 17) El caso de España, sin duda, se debió a la segunda situación propuesta. De todas maneras, no es necesario adherirse estrictamente a los estudios realizado por investigadores españoles para estudiar enfoques y métodos.

En este informe, encontraron lo que era de esperar: las mujeres, que representaban la tercera parte de las personas que aparecían en la televisión, todavía representaban roles tradicionales estereotipados que ya no coincidían con la realidad ni las ambiciones de las mujeres actuales. Rara vez representaban roles de autoridad, sino que se veían como dependientes, víctimas, y ocupantes sólo del ámbito privado. En las revistas “femeninas”, aunque ya empleaban cada vez menos imágenes de madre-y-ama-de-casa, y más imágenes de mujeres más independientes y seguras, todavía enfatizaban valores tradicionales basados en el consumismo, la belleza de la juventud, etc. En el ámbito televisivo, y la prensa escrita, aparecían algunas imágenes masculinas con cualidades más domésticas y familiares, aunque esto tampoco se aceptaba del todo. Tanto para

superhombres como para supermujeres, se sugiere que la entrada en áreas anteriormente inaccesibles para cada uno de los sexos daría lugar al fracaso en sus respectivas áreas tradicionales, implicando una incompatibilidad entre lo público-masculino (el poder, el trabajo remunerado, etc.) y lo privado-femenino (la dependencia, el hogar, la familia...).

Gran parte de las investigaciones que encontramos – sean sobre la publicidad audio, visual o audiovisual, la televisión o el cine – trata de estudios más bien socio-políticos sobre imágenes de género, basándose en los roles que los personajes desempeñan físicamente, y de la actitud aparente que la emisora desea sugerir respecto a ese personaje y su papel. El “Observatorio de la Publicidad” del Instituto de la Mujer investiga y denuncia las maneras en que el medio publicitario supone una forma de discriminación y un obstáculo hacia la igualdad social de las personas por sexo. Esta organización estudia la presentación, desde la imagen visual hasta las palabras escritas o dichas, y encuentra a menudo mensajes sumamente degradantes hacia las mujeres, convirtiéndoles en objetos pasivos con un valor meramente estético, y cuya existencia entera depende de los hombres.

Alba y D’Argy (1997) hablan sobre las mujeres en los medios: proporcionan información sobre las maneras por las que los medios de comunicación de masas crean ideología – patriarcal y androcéntrica – influyendo poderosamente en la creación de identidades a través de todo tipo de estereotipo y prejuicio. Comentan las imágenes que abundan en los medios, y la tendencia a nombrar a mujeres siempre en relación con algún hombre (“esposa, hija, hermana, viuda de...”) y llamando la atención a aspectos tan superficiales como la apariencia física, la forma de vestir..., mientras los varones son presentados, refiriéndose a su formación, profesión, acciones y hazañas, sin hacer ninguna referencia a su físico, su familia o a su relación con otras personas. (Alba & D’Argy, 1997, p. 35) Estas autoras llaman la atención al sexismo del idioma (español), y sugieren cambios en su uso, para incluirles a las mujeres a la hora de nombrar, proponiendo mayor uso de formas femeninas profesionales cuando se trate de mujeres profesionales, por ejemplo, y del tratamiento igualitario de nombres como “señor” y “señora” (que actualmente no tienen consideraciones iguales), y el no uso del genérico masculino cuando se trate de grupos mayoritariamente femeninos, sino de genéricos más neutros. (Alba & D’Argy, 1997)

Lo que descubrimos aquí es un resumen o una reflexión – más que un estudio pormenorizado – de las imágenes y los mensajes sesgados que los medios nos ofrecen, además de una propuesta sobre la influencia social que éstos puedan ejercer sobre la sociedad, difundiendo, manteniendo y fortaleciendo los modelos y creencias de la ideología generalizada, correspondiente al poder dominante patriarcal. Abundan tales reflexiones en este campo, como en el caso de *El Sexismo en el Lenguaje*, otra publicación del Instituto de la Mujer. Dando un repaso a este breve análisis de carácter psicosociolingüístico, parece ser que, para encontrar estudios con un enfoque más detallista y centrado en la misma lengua, nos veremos obligados a cambiar de punto de vista, apartándonos un poco, ó del enfoque más feminista, ó de los medios de comunicación de masas propiamente dichos, ó de las perspectivas puramente sociales, para acercarnos más a las ciencias de la información, la comunicación, y la filología.

#### 4.1.5 El sexo y el habla, el sexismo y el lenguaje

Para empezar a darnos una idea más completa sobre las relaciones que existen entre la lengua y un aspecto social como es el tema de género, hemos de estudiar tanto usos lingüísticos teóricamente ajenos al tema del género, como usos lingüísticos específicamente referentes al género o a personas según su sexo, y usos lingüísticos según el sexo de los interlocutores. Las aportaciones cortas de *El Sexismo en el Lenguaje* nos pueden proporcionar una muestra de ideas respecto a cada uno de estos usos, y respecto a los cambios que opinan que habría que realizar para eliminar los sesgos sexistas existentes en la lengua (española). “Hombres y mujeres aprenden a serlo a través de la lengua, hablando y oyendo hablar. Al utilizar la lengua como han visto y oído, niñas y niños mantienen y perpetúan el sexismo, la subordinación femenina y la transmisión de valores androcentristas. Una sociedad sexista, no lo olvidemos, tiene como uno de sus principales files políticos “predecir” y “controlar” el comportamiento de mujeres y hombres”. (Bengoechea, 1995, p. 4)

El sexismo lingüístico del cual habla Bengoechea hace referencia a que existan dos estilos de discurso o de habla – uno masculino y uno femenino – conocidos como sexolectos, y que la sociedad ha institucionalizado el estilo masculino como el correcto, serio, científico, poderoso y, sobre todo, neutro, mientras el estilo femenino se subvalora y se deslegitima como uno subordinado, “otro” e inferior que hay que reprimir para que se le tomen en serio. La autora sugiere que, para empezar, habría que reconocer que no se encuentra la dichosa neutralidad en el estilo masculino, y que habría que considerar

éste como un estilo de entre dos iguales, pero diferentes, a la vez valorando las características más colaboradoras e identificativas (en lugar de dominantes y competitivas) atribuidas a la forma comunicativa femenina. (Bengoechea, 1995)

Otra autora que comparte esta idea de celebrar la diferencia entre estilos de habla masculino y femenino es Mañeru, que destaca “la necesidad de utilizar un lenguaje sexuado, porque, casualmente, pero de forma inevitable y con consecuencias, cada persona es una mujer o un hombre y esto tiene un significado y debe tener una representación simbólica”; para ella, “Abandonar el impersonal y hablar en primera persona es también una condición imprescindible para este proceso que involucra a cada persona, hombre o mujer, más allá de los prejuicios y de los estereotipos sexistas”. (Mañeru, 1995, p. 3) Enfatiza el hecho de que nuestra lengua parte desde la perspectiva denominada “neutra”, que es en realidad la masculina, la dominante que insiste en que la femenina existe solamente a partir de esta primera. Es por este poder tradicional de nombrar a todo el mundo desde una perspectiva masculina patriarcal que han nacido organizaciones y movimientos como NOMBRA – No Omitas Mujeres Busca Representaciones Adecuadas – una comisión del Instituto de la Mujer dedicada a estudiar los usos sexistas de la lengua y a proponer usos alternativos no sexistas. (Careaga, 1995)

Vargas (1995, p. 40-41) hace referencia al hecho de que la misma gramática también dicta que lo femenino existe a partir de lo masculino:

- “- Señora maestra, ¿cómo se forma el femenino?
- Partiendo del masculino: la “o” final se sustituye por una “a”.
- Señora maestra, ¿y el masculino cómo se forma?
- El masculino no se forma, existe”.

Sugiere que, si existen reglas gramaticales o convencionalismos que omiten a la mitad (femenina) de la población, habría que transformarlas o simplemente evitar su uso. “Las mujeres no somos derivadas de los hombres, ni estamos incluidas en el masculino y así debe reflejarse y ser representado en el lenguaje”. (Vargas, 1995, p. 14) La perspectiva de esta autora es desde los medios de comunicación, en donde existen códigos internos estrictos respecto al lenguaje utilizado, buscando concisión y fluidez, normalmente insistiendo en la brevedad y en la eliminación de lo superfluo y de la repetición. Desgraciadamente, esto último suele incluir la molestia de nombrar la parte femenina de



un grupo mixto (“niños y niñas”, en lugar de “niños”, por ejemplo), pero insiste, porque efectivamente, un niño no es lo mismo que una niña, ni tampoco un hombre lo mismo que una mujer... y no quisiéramos crear confusión para la audiencia respecto al grupo en cuestión.

Sin embargo, no se trata sólo de desarrollar la costumbre de nombrar a una parte de la sociedad tradicionalmente omitida por la lengua, sino también de buscar otras maneras de nombrarla y de hablar sobre lo que a ella refiere. Lledó (1995, p. 6) llama la atención al uso habitual de estructuras lingüísticas pasivas cuando se trata de logros o adquisiciones femeninas:

““Los antiguos egipcios concedieron a las mujeres un control considerable de la propiedad” ... se da a entender que cuando las mujeres poseemos algo, algún derecho o propiedad, es por voluntad gracioso de los hombres, no por un esfuerzo o decisión propios”, cuando la lengua es lo suficientemente rica como para que podamos cambiar nuestro uso de ella sin recurrir a cambiar la lengua en sí: ““En el antiguo Egipto las mujeres tenían (ejercían, poseían...) un control considerable de la propiedad””.

Indica así que los sesgos sexistas que se evidencian a través de la lengua son previos a la lengua, y que se corrigen a través de cambios ideológicos sobre los papeles que desempeñamos los varones y las mujeres, y no a través de cambios directos sobre la lengua. (Lledó, 1995) En este caso, se trata de intentar curar la enfermedad directamente, en lugar de sólo aliviar los síntomas. Para usos habituales, y sin ir más allá del contenido actual de la lengua, nombra sustituciones no-sexistas, genéricos reales, tan extensamente utilizadas como “el profesorado” en lugar de “los profesores y las profesoras” o sólo “los profesores”; “el alumnado” en lugar de “los alumnos y las alumnas” o sólo “los alumnos”; “persona”, “ser humano” o incluso “hombre y mujer” en lugar del “hombre” como genérico humano, lo cual luego aparecerá también en el trabajo de NOMBRA. (Lledó, 1995, p. 6-7) Tales son algunas perspectivas feministas expresadas en *El Sexismo en el Lenguaje* – de personas formadas en los campos de las ciencias económicas, la filología, la sociolingüística, la historia y la enseñanza – respecto a la lengua y el género, es decir, a usos sexistas y usos sexuados del lenguaje. De aquí, podremos lanzarnos a indagar algo más profundamente en el tema, y ver la naturaleza de los estudios que se han realizado y se realizan en esta área.

Otra fuente, también de origen español, es *Sexismo lingüístico. Análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje*, de Calero. Escrito para un público docente español, y con el fin de promover una verdaderamente igualitaria coeducación para el estudiantado de este país, el libro intenta descubrir para sus lectores ejemplos de misoginia y androcentrismo en la lengua española, en los sexolectos, y en la misma forma de enseñar el idioma y las maneras más “apropiadas” de expresarse de la juventud, según el sexo, para luego hacer sugerencias de cómo eliminarlos. Insiste en la relación íntima entre la lengua, el pensamiento y la cultura, lo cual da lugar al poder de influencia que ejercen las palabras, la estructura, la léxica... en la perpetuación de estereotipos sociales y sexuales. (Calero, 1999) Explica que, a todos los niveles educativos, incluso en la supuesta coeducación, se sigue enseñando el estándar androcéntrico, lo cual da lugar a la adopción de actitudes distintas, favoreciendo a los varones, y lleva a perder ciertos valores humanos que antes se atribuían a las mujeres, como la paciencia, la solidaridad o la sensibilidad, a la vez que se adquiere un menosprecio palpable hacia la mujer y todo lo que tradicionalmente representa. (Calero, 1999)

Comenta el trato diferenciado que reciben alumnas y alumnos, por parte del mismo profesorado – aunque esto se haga de forma inconsciente – y el tratamiento diferenciado de los personajes femeninos y masculinos en los mismos libros de texto (en particular, en los libros de lengua española), problema que sigue vigente aún tras grandes esfuerzos de eliminar los sesgos machistas de este ámbito. Se trata de una segregación impuesta de personas supuestamente desiguales. La autora destaca ciertas verdades como lógicas, que quizás otros autores no sean capaces de aceptar como tales. Dice que, en las sociedades patriarcales,

“se considera a la mujer por naturaleza parlanchina, poco lúcida en sus argumentaciones, incapaz de cumplir su palabra y de guardar un secreto, y, sobre todo, embaucadora; por oposición, el varón es comedido, inteligente, honrado, discreto e ingenuo. Estas ideas preconcebidas – resultado de una clara y radical separación de papeles – permiten justificar en todas estas comunidades que se niegue a las mujeres el uso de la palabra, ya que se parte de la base, en primer lugar, de que lo que dicen carece de sentido, en segundo lugar, de que su conversación es siempre inconveniente, y, en tercer y último lugar, de que son un peligro por su capacidad para arrastrar a su antojo a los varones”. (Calero, 1999, p. 70-71)

Quizás en donde más descaradamente se encuentran tópicos o estereotipos sexistas en la lengua castellana sea en ciertas formas orales/literarias tradicionales, en particular, en el refranero, el romancero y la cuentística populares, que muestran un nivel de misoginia verdaderamente asombroso, y de las que Calero ofrece una muestra importante.

Cuenta que las diferencias reales entre las hablas femenina y masculina en occidente son muy pequeñas, tanto que solemos no estar conscientes de ellas, ni del hecho de que las empleamos constantemente. Pero efectivamente, “las mujeres nos decantamos por el empleo de los diminutivos, de las fórmulas de cortesía, rehuimos ciertos términos considerados soeces o groseros, adjetivamos más las descripciones, dejamos con mayor frecuencia las frases inacabadas, cedemos con mayor facilidad el turno de palabra en una conversación mixta o, como mínimo, no la usurpamos con la misma decisión que los varones, entre otras cosas”. (Calero, 1999, p. 72) Reitera el hecho de que las mujeres tienden a adoptar las formas más “correctas” del lenguaje hablado, incluso desde la niñez – cosa que no hacen los varones – básicamente en un intento continuo e inconsciente para elevar su estatus social. Por la creencia que las mujeres tienen mayor capacidad lingüística verbal que los varones desde la infancia, y la suposición que el cerebro femenino se madura antes del masculino, el profesorado les pide menos esfuerzo a éstas, llegando a prestarles notablemente menos atención de la que presta a sus compañeros varones. (Calero, 1999)

Destaca otro resultado de este prejuicio y de las creencias, en lo que es ‘apropiado’ en el habla de niñas y niños, incluyendo la recriminación a las niñas (y no a los niños) por el uso de palabras malsonantes y de expresiones de hostilidad o enojo, por una parte, y la recriminación a los niños adolescentes (y no a sus compañeras) por el uso de palabras consideradas como ‘cursis’, como los eufemismos, los diminutivos, algunos acortamientos léxicos (como ‘porfa’) e incluso un empleo excesivo de formas de cortesía. Es decir, se insiste en que las mujeres utilicen un lenguaje comúnmente considerado como infantil, mientras que se enseña a los varones a abandonar este tipo de lenguaje cuando llegan a la adolescencia, para adoptar el habla socialmente superior más propio de quienes ejercen poder. He aquí una muestra de lo más grave de los sexolectos que aprenden los jóvenes españoles desde su más tierna infancia, a través de la familia, los medios de comunicación de masas, y la misma escuela. (Calero, 1999)

La autora recuerda que una lengua es un producto cultural, resultado de las necesidades comunicativas de una sociedad, por lo cual considera lógico que, hasta tiempos modernos no hayan existido en la lengua española vocablos femeninos referentes a muchos de los oficios que ahora ocupan mujeres, porque antes los ocupaban sólo varones y no había necesidad de dichos términos. En el caso de las profesiones, llama la atención a todo tipo de diferencia en la terminología que sí existe y que implica connotaciones peyorativas para una y positivas o neutras para otro, o que tiene significados completamente distintos para unos y otras, o que implica mayor o menos prestigio según el género, casi siempre defendiendo a lo masculino y rebajando a lo femenino; lo mismo ocurre con términos referentes al parentesco (solterón/solterona) y a las relaciones sexuales (el sexo se suele describir con palabras sinónimas del pene, como cipotear, pinchar, quilar... o palabras agresivas, como cargarse, cepillarse, joder, trincarse...). (Calero, 1999) Incluso el mismo vocabulario se ha desarrollado desde una perspectiva androcéntrica, desde donde lo masculino se considera la norma y lo femenino la desviación. Considerando la relación tan íntima entre lengua, cultura y pensamiento, podemos concluir que es a través de nuestro empleo inconsciente de las formas androcéntricas del idioma que, sin darnos cuenta, promovemos la continuidad de la desigualdad de los géneros en esta sociedad.

No hace falta estudiar los refranes misóginas que caracterizan a las mujeres con “la debilidad, la indecisión, la falta de inteligencia, la tendencia a equivocarse,” y “reflejan la idea de que el sexo femenino es malo por naturaleza” – para imaginar cómo pretenden reducir la influencia que puedan ejercer las mujeres a favor de la supremacía masculina, si sabemos que se han redactado con el fin de “establecer y difundir un prototipo ideal de mujer acorde con las necesidades y pretensiones masculinas”. (Calero, 1999, p. 132-133) Lo que sí hay que tener en cuenta es la suma importancia que tienen estos pequeños trocitos de “sabiduría” popular, que tristemente han alcanzado un uso generalizado – aunque sabios como Baltasar Gracián, Quevedo, el padre Feijoo, y Cervantes, han intentado revelar su subjetividad y falsedad – y, por tanto, igual que los vocablos que soltamos sin considerar sus matices sexistas, empleamos inconscientes de que propagamos actitudes misóginas. (Calero, 1999) Estos mismos ideales sexistas se evidencian claramente en los cuentos populares que encontramos en la literatura española. Reflejan la insistencia en el lugar propio de cada uno de los sexos – las mujeres en el hogar y los varones fuera – que observamos fuertemente apoyada por la dictadura franquista, y que está resultado muy difícil de desprenderse.

De hecho, más de 15 años más tarde, vemos el trabajo de Bernárdez (2015), que hace referencia a la ideología patriarcal, y al androcentrismo y sexismo lingüístico que perduran, en este caso en el mundo del periodismo. Tras hablar de las estadísticas desalentadoras respecto a la visibilidad femenina en la prensa (tanto de redactoras o presentadoras como de sujetos), enfatiza la importancia de nombrar adecuadamente en la redacción. Explica que se evidencia claramente el uso sexista en el lenguaje utilizado por la prensa, y que hay que eliminar ese sexismo para mejor representar “los cambios sociales respecto al género que se han ido produciendo en el último siglo. A través del lenguaje la prensa está legitimando ciertas representaciones que construyen identidades, que forman nuestras mentalidades y crean ideología”. (Bernárdez, 2015, p. 117) También sugiere usar nombres no sexuados para referirse a colectivos, o la metonimia a la que acabamos de mencionar. Insiste en el tratamiento igualitario para citar a las personas de distinto sexo, y en no nombrar a las mujeres según su parentesco. Destaca la importancia de evitar las referencias al aspecto físico, cosa que se suele hacer sólo con las mujeres, salvo si se hace de forma igualitaria con los varones. Y, lo que nos resulta novedoso, pide que evitemos “la fórmula general de “la mujer” en singular porque los términos en español remiten a una “esencia” que en realidad no existe. Siempre es más correcto utilizar el plural”. (Bernárdez, 2015, p. 121)

Enfatiza esta autora – como tantos otros – la importancia que tienen los medios de comunicación como:

“creadores de identidades contemporáneas. Los medios no son ventanas al mundo, ni crean solo descripciones de la realidad, son agentes de socialización que nos proporcionan la información con la que elaboramos ideas sobre lo que nos rodea. Los medios informan, divierten, educan, entretienen y, en los últimos años, con las nuevas tecnologías y el desarrollo de la web 2.0, se han convertido en uno de los elementos más importantes de la interacción humana. Los nuevos medios han conseguido romper los límites del espacio-tiempo, de tal forma que las barreras espaciales ya no son un impedimento para el desarrollo de las relaciones interpersonales o el acceso a la información de forma instantánea”. (Bernárdez, 2015, p. 56)

#### 4.1.6 Últimas reflexiones sobre los aspectos teóricos metodológicos, y preparación técnica del análisis

Si se le pide a un transeúnte cualquiera que nombre alguna obra de Disney, lo más habitual es que cite un “Clásico” como *Blancanieves y los siete enanitos*, *El libro de la*

*selva* o *La sirenita* (o más recientemente, *Enredados* o *Frozen*). Y es que lo más emblemático de la casa Disney son precisamente esos largometrajes animados, especializados en las princesas, que son casi todos dirigidos a un público familiar, y que tradicionalmente consisten en historias musicales sobre cómo el/la protagonista alcanza sus sueños. Considerando la popularidad de la música ofrecida por estas obras – evidente en las ventas de discos y en la costumbre actual de contratar a cantantes famosos para interpretar versiones de los temas que prevén más discos venderán – ¿qué elemento más interesante hay para estudiar que esas mismas canciones, y en particular, las canciones en donde los personajes expresan sus sueños tan deseados?

Viendo el objeto de estudio así, nos acercamos más al tipo de análisis que podríamos realizar. Debido a intereses filológicos, nos inclinamos hacia un análisis del lenguaje – tanto verbal como no verbal (corporal) y paraverbal – que utilizan para expresarse, a ver si podemos detectar a través de los valores y las actitudes que así expresan, alguna diferencia entre los personajes masculinos y los femeninos, especialmente considerando los cambios sociales que han tenido lugar desde el estreno del primer largometraje animado de Disney en 1937 (1941, en España). Podríamos realizar así un análisis cronológico de los mensajes transmitidos por estos productos mediáticos, siempre dentro de su contexto socio-histórico. Con esto decidido, y tras establecer nuestro marco teórico: toda la investigación que hemos realizado de las teorías y los métodos más apropiados para los estudios filológicos, psicosociales, y de comunicaciones sociales en general, nos hemos quedado con un enfoque muy relacionado con el análisis del discurso, pero por la naturaleza del objeto de estudio elegido, una técnica más propia del análisis de contenido. Para calificar y especificar la técnica metodológica que pensamos utilizar para nuestro análisis, nos apoyaremos en las *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos* de Gaitán Moya y Piñuel Raigada.

Según estos autores, para que nuestra investigación se considere de conocimiento científico y no vulgar, tendremos que buscar la *trascendencia de su refutabilidad* para garantizar su vigencia. Además, la refutabilidad de nuestra investigación será teórica por ser de una naturaleza “básica” en lugar de “aplicada” (práctica o experimental). (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998) Por esto, cuando hemos podido elegir estudiar entre a) los factores o las causas del contenido de nuestro objeto de estudio, b) el mismo contenido de nuestro objeto de estudio, y c) los efectos sobre los receptores del contenido de nuestro objeto de estudio, nos hemos decidido por la opción b), apoyándonos en estudios más

superficiales de la naturaleza de los factores productores del objeto y la naturaleza de los receptores y su entorno, debido a que la a) es de una naturaleza más política-económica de lo que son nuestros intereses, y la c) implica la necesidad de mayores recursos en general. Pretendemos analizar el mismo contenido de nuestro objeto de estudio, teniendo en cuenta los factores contextuales y causales, y así aventurarnos a inferir los posibles efectos sobre sus receptores, teniendo en cuenta el estado psicosocial estimado de éstos.

En cuanto a nuestra elección del objeto de estudio, Gaitán Moya y Piñuel Raigada llamarían a los largometrajes animados de Disney “productos singulares” de comunicación social, en lugar de otras posibles elecciones que pueden ser “procesos comunicativos” o “procesos singulares” de comunicación, por ejemplo, ya que son ejemplos específicos de productos distribuidos o emitidos por medios de comunicación de masas, y que dichos “*productos singulares* pueden ser objetos del estudio sólo si son refutables para el diagnóstico etiológico y/o prospectivo de los procesos comunicativos a que pertenecen: de lo contrario, pierden su refutabilidad”. (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 17) Para ellos, la naturaleza de la situación que supone nuestro objeto de estudio es “espontánea” en vez de “artificial”. Al principio esto puede parecer sorprendente, dado que se trata de un producto creado de forma no espontánea sino sumamente estudiada, pero basta con la siguiente explicación: “Entendemos por una *situación espontánea* de comunicación, aquella que se da u ocurre con independencia de que haya un investigador dispuesto a estudiarla y a elaborar, registrar y tratar datos de conocimiento referidos a ella. (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 17) Es decir que el estudio del contenido de un texto escrito, verbal o visual en sí no tiene por qué suponer una situación artificial, mientras que el estudio a través de entrevistas, encuestas o experimentos, posiblemente sí, según las circunstancias.

Siempre preocupados por la rigurosidad científica de la investigación, para nuestro caso en particular, dicen que “*La pertinencia de acudir a situaciones espontáneas y a la elaboración de datos mediante disección (o análisis) de productos singulares de comunicación social* (p. ej., el *análisis de contenido*) procede de refutar la adecuación, significatividad y validez de la singularidad de los productos respecto a aquellas situaciones”. (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 24) Establecen una serie de seis fases y etapas para con el proceso de investigación que nos resulta de gran interés (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998):

La primera fase trata de las unidades, según los objetivos establecidos y el contexto del estudio. Esta fase trata de definir si el objetivo es de naturaleza social, cognitivo o comunicativo. A un nivel superficial, está claro que nuestro estudio tiene algo de cada uno de estos elementos, pero más profundamente, observamos que nuestro enfoque es predominantemente psicosocial, o cognitivo, a pesar del hecho de que el medio es comunicativo y su fuente sociopolítica.

La segunda fase trata de las unidades que componen el objeto de estudio, y que ayudan a fijar las posibilidades en cuanto a la metodología, para así convertirlas en datos que se puedan manejar, procesar y analizar, y que ellos denominan “unidades formales”. Los autores diferencian entre los marcos *ritual*, *ceremonial* y *protocolario*: el primero trata de un acto que habitualmente tiene lugar en una situación dada, el segundo trata de la puesta en escena de ese acto, y el tercero trata de los reglamentos específicos que rigen en cuanto a la puesta en escena de dicho acto. En efecto, para estudiar estas, se sacará (elaborará y registrará) de ellas datos de

““segundo orden” (presencia o ausencia de determinados rasgos en las unidades formales de la escenificación), e incluso de “tercer orden” (índices de frecuencia, relaciones estadísticas o lógicas obtenidas por comparación de éstas, etc.) que tendrán que ser procedentes del objeto de estudio (el ritual) ya tengan como fuente la observación y registro del acontecer, la grabación audiovisual de su difusión.” (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 27)

Nuestros datos de “segundo orden” podrán ser, a nivel lingüístico, el uso de tiempos verbales específicos, por ejemplo, mientras que podrán ser también a nivel visual, como en el uso de ciertos gestos. Buscaremos implicaciones cognitivas de estos usos lingüísticos o visuales para más adelante hacer una extrapolación tras calcular las relaciones estadísticas, es decir, trabajar con los datos de “tercer orden”.

La tercera fase ya trata las unidades que se extraen, por variables, de las unidades formales, teniendo en cuenta la muestra y el análisis de los datos, según permita el presupuesto (temporal y material). Indican ciertas condiciones que se han de cumplir para garantizar que sea suficiente y satisfactorio el enfoque del objeto de estudio: por ejemplo, la muestra debe proceder de fuentes homogéneas, de la misma manera que las unidades elegidas para su posterior análisis deben ser homogéneas, si de forma o de contenido, y las operaciones utilizadas para su análisis – en un índice dado – han de ser las mismas. Esto no significa que no se puedan emplear técnicas, unidades ni fuentes diferentes, ni



unidades diferentes (de hecho, pueden ser complementarias), sino que hay que tener cuidado de no mezclarlas de manera que creen incompatibilidades. Hemos de tener cuidado de no mezclar datos heterogéneos como homólogos, sino de presentarlos de forma complementaria y por separado.

La cuarta fase implica una prueba piloto para verificar las unidades, previa al estudio en sí. Se recomienda que se aplique la segmentación del objeto de estudio y la posterior elaboración y registro de datos a una muestra reducida, siguiendo el diseño previsto de dicho proceso, para poner a prueba el enfoque y la técnica elegida. Esta prueba permite al investigador realizar los cambios oportunos, bien en la segmentación del objeto de estudio, bien en el manejo de los datos, para optimizar las operaciones técnicas (y su “manejabilidad”) a emplear en el análisis. Podremos probar con una película entera, o quizás con dos de dos épocas distintas, viendo hasta qué punto funciona nuestro diseño particular, desde si está bien pensado estudiar solamente las canciones dedicadas a los sueños de los personajes (o quizás esto no sea suficiente, y hemos de estudiarlas todas) y basándonos en qué características determinar que las canciones en cuestión efectivamente encajen dentro de esta descripción. Así podremos realizar los cambios oportunos a priori, aun teniendo en cuenta que siempre podremos hacer ajustes en nuestra técnica, debidamente justificados y constatados, por supuesto.<sup>15</sup>

La quinta fase trata las unidades procedentes de la tabulación de los datos de segundo y tercer orden, para probar los objetivos de la investigación a primera instancia. Es decir que, tras realizar la elaboración el registro de los datos, incluso en una investigación de naturaleza cualitativa (que no cuantitativa), es necesario realizar una explotación analítica para poder comparar o contrastar los resultados obtenidos con la hipótesis originaria. Cabe recordar la importancia de no caer en la tentación de mezclar tabulaciones, y así también pueden apoyar una hipótesis determinada, simplemente desde perspectivas distintas.

La sexta fase trata la presentación de las unidades (de orden posterior) interpretadas en un informe, siempre según el contexto y los objetivos planteados inicialmente. Los autores comparan los estilos empleados en los informes según el destinatario: la

---

<sup>15</sup> De hecho, hemos empezado por probar con una película – la primera, *Blancanieves y los siete enanitos* – para luego ir adaptando nuestra clasificación/codificación poco a poco, hasta llegar a una categorización inclusiva y exhaustiva.

comunidad científica (en la investigación básica, siempre) o un inversor público o privado (más habitual en la investigación práctica). Explican que

“Tanto en uno como en otro tipo de informes, la primera unidad de “orden posterior” (ya que se fijan por la elaboración, registro y tratamiento de datos sobre el propio proceso de investigación concluido) es presentar el estado de conocimientos de que dispone la comunidad científica, relacionados con el problema planteado y supuestamente resuelto con la investigación realizada. El segundo capítulo, o conjunto de unidades de orden posterior siguiendo la presentación del informe, suele ser el relativo a demostrar la singularidad del objeto de estudio, para servir como universo o como muestra representativa del ámbito de conocimiento que interesa. El resto de los capítulos o conjuntos de unidades de orden posterior presentadas y organizadas según las fases de elaboración, registro y tratamiento de los datos que hemos descrito, hasta llegar a las conclusiones en que se presentan los datos relativos a variables confirmadas o sin confirmar (gracias a las cuales se demuestra la solución del problema planteado) suelen ser muy minuciosos en los informes conocidos como Tesis Doctorales, pues el doctorando tiene además que demostrar que ha aprendido el proceso de investigación”. (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 31)

Claro está, nuestra exposición de todo tema contextual y preparativo ha sido lo más minuciosa posible, tal y como lo serán los detalles de los pasos, técnicas y aplicaciones analíticas de nuestro objeto de estudio.

Siguiendo este modelo de estudio, procederemos a diseñar el tratamiento de datos recogidos de nuestro objeto de estudio. Esto implica la consideración de la investigación básica, basándonos en la naturaleza del objeto de estudio y en nuestros objetivos, además de la distinción entre el método o “estrategia” y la técnica o “táctica”. También implica la consideración de la refutabilidad, la singularidad y la representatividad del objeto de estudio y de la investigación en sí. Clasificaremos la naturaleza de la situación como espontánea, la delimitación del objeto de estudio, en busca siempre de su refutabilidad. Y las fases arriba descritas nos proporcionan el modelo de la elección de las *unidades* de estudio, es decir, la división del objeto de estudio en porciones homogéneas y así estudiables.

Debido a la naturaleza documental de nuestro objeto de estudio, hemos decidido realizar sobre él un análisis de contenido. Respecto a las técnicas que se emplean en este tipo de análisis, Gaitán Moya y Piñuel Raigada entran en gran detalle. Para empezar, observemos cómo encajan los largometrajes animados “Clásicos” de Disney en su

definición de “documento”, y cómo el análisis de contenido representa uno de los métodos analíticos más indicados para este tipo de material. Se aplica esta técnica con el fin de sacar de la materia comunicativa un contenido que superficialmente no se aprecia, pero que no por ello carezca de existencia. Insisten los autores en cuatro pasos sencillos que se han de dar para proceder a este tipo de estudio: a) “Selección de la comunicación que será estudiada. b) Selección de las categorías que se utilizarán. c) Selección de las unidades de análisis. d) Selección del sistema de recuento o de medida”. (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 283) Por ahora, sólo hemos llegado a dar en firme el primer paso, aunque hemos tocado el segundo y el tercero de forma tentativa. Para poder poner a prueba nuestro método, tendremos que concretar nuestras categorías y unidades de análisis, y ver si funcionan.

En otro sentido, hablan de cómo clasificar nuestro análisis de contenido, según la perspectiva con la que lo veamos: nuestros “objetivos”, las “fuentes” del material a estudiar, los “diseños” investigativos, y las “unidades” de análisis. Dicen que los objetivos pueden ser de naturaleza “exploratoria”, “descriptiva” y “verificativa/explicativa”. Nuestro objetivo se acerca al segundo de esta lista, ya que trata de “la simple identificación y catalogación de la realidad empírica de los textos o documentos, mediante la definición de categorías o clases de sus elementos” (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 283-284) y tiene en cuenta la importancia de elementos contextuales (psicosociales, políticos, económicos...) tanto en la producción como en la emisión y la recepción del material tratado. Debido a la ausencia de fuentes homogéneas de datos relacionados a lo largo de los últimos 80 años, difícilmente podríamos comprobar la predicción que nos gustaría proponer – sobre los efectos reales psicosociales de los mensajes de género que emite nuestro objeto de estudio sobre la identidad de género de su joven público – así que nos limitaremos a reflejar el contexto histórico en cada momento en España, para enmarcar nuestros resultados.

Desde la perspectiva de la fuente del material a estudiar, puede tratarse de un estudio “primario”, “secundario” o “terciario”. Para nuestra investigación, trabajaremos directamente con materiales de orden primario, como son las películas (o libros, discos, periódicos, fotografías, etc.), pero indagaremos en un estudio de orden secundario, ya que se basará fundamentalmente en transcripciones e interpretaciones de lo que observamos en la fuente primaria. (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998) En cuanto a la perspectiva del diseño del análisis a realizar, los autores explican que pueden ser “horizontales”,

“verticales”, “transversales”, “longitudinales” y “triangulares”. Los horizontales, o extensivos, requieren una muestra mucho más amplia de la que podríamos conseguir – e implican un tratamiento estadístico importante – mientras que los verticales, o intensivos, se aplican a materiales más reducidos, utilizando un análisis no cuantitativo sino cualitativo. Los transversales son estudios comparativos, considerando enfoques distintos respecto a un mismo tema en un momento histórico dado, y los triangulares, también de naturaleza comparativa, utilizan perspectivas distintas para comparar una situación específica de comunicación. Nuestra investigación, en cambio, es de naturaleza longitudinal, ya que pretendemos observar el objeto de estudio a lo largo de su trayectoria temporal en relación con los factores contextuales que puedan ejercer sobre él cualquier influencia (y viceversa).

Desde la perspectiva de los parámetros de medición y evaluación, repetimos que este estudio será de carácter más “cualitativo” que “cuantitativo”, dado que el objeto de estudio es numéricamente reducido por naturaleza. Por esto será más bien “no frecuencial”, fijándose en la ausencia o presencia de determinadas ocurrencias, aunque prestaremos algo de atención al número de ocurrencias o co-ocurrencias. Y finalmente, desde la perspectiva de las unidades de registro, indican los autores que los análisis de contenido pueden ser de todo tipo, siendo “léxicos”, “temáticos” ... “proposicionales”, “argumentativos”, “narrativos”, “discursivos”, etc. El nuestro será una mezcla, partiendo desde léxico (análisis de palabras específicas) hasta temático (los sueños, aunque sean de naturaleza distinta según el caso) y discursivo (comparación de estilos de habla para expresar el mismo tema).

Proponen una tabla para sugerir el tipo de análisis de contenido según categorías de unidades, forma de disección de análisis, disciplina formal y objeto de estudio:

“Categorías de unidades	Disección de análisis	Disciplina de influencia	Objetos de estudio
Unidades léxicas	Términos, palabras	Semántica	Sólo productos verbales
Unidades temáticas	Conceptos, referencias	Psicología cognitiva Psicosociología	Todo producto singular de procesos de comunicación: Prensa, Cine, TV, radio, etc.

Unidades temático/evaluativas	Valoraciones, actitudes	Psicosociología	Ídem.
Unidades lingüístico proposicionales	Oraciones Proposiciones	Gramatología Filosofía del lenguaje	Sólo enunciaciones referidas a contextos en productos singulares de procesos de comunicación
Unidades formales, análisis semiológico	Relatos	Antropología Psicosociología del conocimiento	Relatos ubicados en contextos de procesos singulares de comunicación
Unidades pragmáticas del discurso y análisis semiótico de acciones	Relación entre enunciación e interacción comunicativa	Sociolingüística Etnometodología Semiótica Socioanálisis	Dramatizaciones entre los interlocutores por el uso de enunciaciones y relatos latentes
Macro-unidades psicobiográficas y análisis de “historias de vida”	Actores, personajes históricos, sujetos representativos de acontecimientos	Crítica literaria, Psicosociología Psicología clínica	Productos comunicativos referidos a historias personales de comportamientos comunicativos”

Esta tabla (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 289) nos indica que nuestro análisis encaja básicamente entre la segunda, la tercera y la cuarta filas, porque nuestras categorías podrán variar desde unidades temáticas (al nombrar los sueños), y temático/evaluativas (al expresar actitudes a través de ciertas formas verbales y corporales), hasta las lingüístico-proposicionales (los mismos usos gramaticales). Por pretender utilizar un análisis más bien lingüístico para poner a prueba una hipótesis de naturaleza psicosocial, se ve que lo nuestro no se encasilla tan sencillamente en una sola disciplina. Entonces tendremos que procurar no salir de las limitaciones lógicas y metodológicas que nos hemos de imponer para mantener la rigurosidad científica.

Para enfatizar la importancia de este tipo análisis para aplicaciones sociales, recordemos el papel tan contundente que tiene un acto comunicativo – como puede ser un simple cuento ficticio – como representante y propulsora de la cultura que le rodea: “La ficción narrativa, sea mítica, literaria, escénica o filmica... es un recurso por el que una sociedad se conoce y aprende a sí misma mediante una agenda de la interacción social

que prevé cuándo, y de qué forma y manera, se representa a sí misma...”. (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 302-303)

Estos autores ofrecen unos protocolos de análisis que podremos usar como guía para la segmentación, registro y tratamiento (estadístico) del objeto de estudio para que nuestro estudio tenga la rigurosidad deseada. Explican que, si se maneja correctamente un protocolo dado de análisis, distintos investigadores podrán utilizarlo y alcanzar las mismas conclusiones. El protocolo consiste en la elaboración de un *libro de códigos*, que ha de consistir en las determinaciones siguientes: “la naturaleza del corpus, qué contiene, para qué sirve, cómo interpretarlo...cuáles son sus unidades de análisis, cómo rellenar las fichas de análisis, cómo dar por concluida cada ficha... cómo construir una base de datos de permita elaborar y procesar datos de segundo y tercer orden” y cómo obtener éstos últimos utilizando la base. (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998, p. 305)

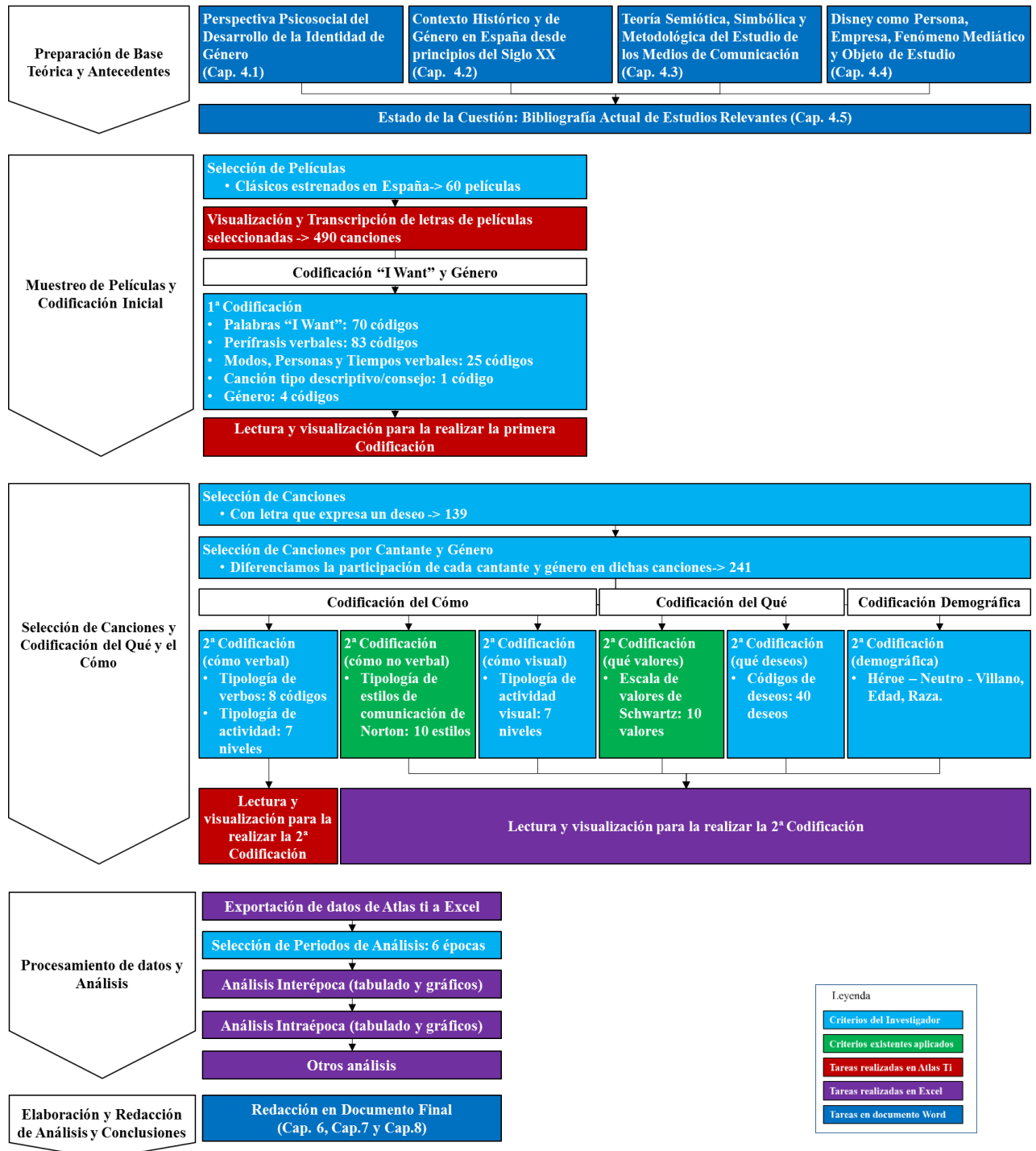
Claro está, somos nosotros mismos quienes hemos de crear y seguir este libro de códigos, dando por hecho que tenemos el conocimiento y la competencia suficientes para ello. A fin de cuentas, se nos juzgará la rigurosidad de nuestro estudio – o lo que es igual, la evaluación de nuestras técnicas – por su validez (interna y externa, de contenido, de criterio, de constructo y estadística), su fiabilidad (como estabilidad, equivalencia, consistencia interna y objetividad), y su generalizabilidad. (Gaitán Moya & Piñuel Raigada, 1998)

Con esto cerramos la etapa de preparación teórica, y nos preparamos para comenzar a indagar en el mundo gigantesco de Disney, la historia del famoso fundador y de su empresa en su país de origen y en el resto del mundo (en particular en España), la filmografía – centrándonos en el cine animado “Clásico” – y su acogida, y por supuesto los demás productos e inventos Disney que encontramos por doquier. A continuación, y teniendo en cuenta siempre nuestro contexto histórico, social y geográfico, procederemos a la selección de canciones a analizar según su propósito expresivo, y al análisis minucioso de éstas. Sólo entonces podremos sacar conclusiones respecto a cómo refleja este producto las ideas predominantes de lo que es ser mujer u hombre, de cara a su público tan joven e influenciable.

## 4.2 Esquema

A continuación, se muestra el esquema metodológico seguido en el desarrollo de este estudio.

Figura 1. Esquema metodológico



1. **Preparación de base teórica y antecedentes:** antes de poder empezar a realizar nuestro análisis, nos ha parecido prudente hacer una indagación previa de los

distintos acercamientos a nuestro objeto de estudio, desde la perspectiva histórica contextual, la perspectiva de la identidad de género, la perspectiva metodológica del estudio de los medios de comunicación y la perspectiva de todo el entorno de Disney. También hemos preparado una bibliografía más actual de estos enfoques y de los estudios sobre los productos de Disney o de otra manera relevantes.

2. **Muestreo de películas y codificación inicial:** en esta fase lo más importante consiste en aplicar un criterio sólido de selección, así como un método robusto para transcribir y realizar una primera codificación de canciones. En este sentido se seleccionó la herramienta Atlas.ti por estar muy orientada al análisis de contenido en películas.
3. **Selección de canciones y codificación del Qué y el Cómo:** al disponer de un mayor conocimiento de los contenidos bajo una primera codificación, el objetivo de esta fase consiste en definir los criterios de selección de la muestra definitiva de canciones a analizar, diferenciando por sus cantantes, y establecer la codificación que permita analizar los deseos de las mismas, con una doble perspectiva: qué se desea y cómo se expresa.
4. **Procesamiento de datos y análisis:** en dicha fase el objetivo principal consiste en homogeneizar los datos para el análisis, así como definir los periodos temporales de los mismos, y analizar las variables codificadas dentro y entre dichos periodos.
5. **Elaboración y redacción de análisis y conclusiones:** en dicha fase el objetivo consiste en sintetizar los análisis realizados con las conclusiones más relevantes y su traslado al presente documento.

El resto de este capítulo se dedicará a presentar los detalles del proceso.

Dado que nuestro objeto de estudio de este trabajo son las canciones *I want* de los largometrajes “Clásicos” de Disney, y que proponemos analizar los mensajes sobre los objetivos personales que se transmiten a través de dichas canciones – más la manera en la que los transmiten – desde la perspectiva de género, hemos opinado que la manera más adecuada de realizar este análisis es mediante la triangulación. Es decir, aparte de la decisión de emplear un híbrido entre el análisis de contenido y el análisis de discurso para nuestra investigación, ante la dificultad de garantizar “la objetividad, la confiabilidad, la validez interna, la validez externa y la aplicabilidad”, de un estudio de esta naturaleza, se propone un análisis múltiple desde distintos enfoques: “la triangulación ofrece una



oportunidad para que se elabore una perspectiva más amplia en cuanto a la interpretación del fenómeno en cuestión, porque señala su complejidad y esto a su vez enriquece el estudio y brinda la oportunidad de que se realicen nuevos planteamientos”. (Benavides y Gómez-Restrepo, 2005, sin numeración). Nos ha quedado claro que no podemos realizar el mismo análisis sobre el significado de los mensajes transmitidos que sobre la forma usada para transmitirlos, porque los datos no son homogéneos. Sin embargo, opinamos que podemos realizar análisis adecuados para cada caso, y que los resultados de dichos análisis serán complementarios y enriquecedores para nuestro estudio.

Por otra parte, el volumen del material a analizar es limitado: disponemos de todos los largometrajes animados “Clásicos” de Disney, y no de una muestra de ellos, pero el total suma sólo 60 películas, lo cual no presenta una estadística lo suficientemente significativa a nivel cuantitativo. Sin embargo, como veremos más adelante, se ha generado un volumen bastante amplio de datos a raíz de esas 60 películas. Entonces, partimos desde una perspectiva cualitativa, con nuestro análisis textual y de contenido, pero luego podremos emplear métodos cuantitativos para presentar nuestros hallazgos. En esto consiste una investigación de método mixto, que demuestra que los enfoques cualitativo y cuantitativo no son necesariamente incompatibles, sino que, en conjunto, pueden proporcionar más información y mayor comprensión que un estudio que emplea sólo uno de ellos. (Hesse-Biber, 2016, p. 7)

Para darnos una perspectiva más global del objeto de estudio, dividiremos el estudio en dos partes: el análisis del “qué” y el análisis del “cómo”. La primera parte trata de qué mensaje se transmite referente al sueño del personaje cantante, y hemos decidido intentar identificar tanto a) el sueño transmitido, como b) los valores que éste representa. La identificación de los sueños se ha realizado sencillamente anotando el objetivo real sobre el que canta el personaje. Decimos “real”, porque no siempre se expresa de forma directa; también puede ser de forma indirecta, o en el caso de algunos villanos, de manera engañosa o disimulada, por lo que se ha anotado el objetivo real (no aparente) expresado. Para la identificación de los valores representados por el sueño u objetivo expresado, hemos elegido la “escala de valores” de Schwartz, debido a su aplicación exitosa en numerosos estudios multiculturales, internacionales y transversales.

La segunda parte del estudio trata de cómo se transmite el mensaje, y en este caso hemos decidido, por una parte, a) identificar los estilos de comunicación que emplean los

personajes cantantes y el nivel de actividad/pasividad visual que se observa mientras cantan y, por otra parte, b) realizar un estudio minucioso, sintáctico y semántico, de los verbos utilizados en las canciones *I want*, también observando niveles de actividad/pasividad. Para identificar los estilos de comunicación, hemos optado por los propuestos por Norton, por su aplicación a un lenguaje tanto verbal como no verbal. Sin embargo, para los niveles de actividad/pasividad verbal y visual, no hemos encontrado categorías previas que sirvan nuestro propósito, por lo que hemos diseñado categorías y escalas propias. Nuestros razonamientos y categorías se presentan a continuación.

#### 4.3 Criterios de selección de la muestra de películas y de la muestra de canciones

La fuente del material elegido para este estudio, The Walt Disney Company, es de los conglomerados mediáticos más importantes del mundo, con una capitalización bursátil a mayo de 2016 de \$169,3 mil millones, figurando como el número 71 entre las llamadas “Global 2000”, el número 8 entre las “World’s Most Valuable Brands” y el número 58 entre los “America’s Best Employers”, según publica la página web de la revista Forbes (Forbes Media LLC, 2017). Entre los parques temáticos, los resorts, la línea de cruceros, el cine, la televisión, la música, el merchandising, ... ha llegado a niveles estratosféricos, desde el éxito de su primer largometraje animado, *Blancanieves y los siete enanitos*, estrenado en EE. UU. en 1937. Esto se puede observar en la lista de propiedades y actividades que presenta en su informe anual. (The Walt Disney Company, 2017) Fijándonos específicamente en la producción cinematográfica, el estudio Walt Disney Pictures destaca por el número elevado de películas que han superado los 1.000 millones de dólares de recaudación; es más, se trata del primero estudio en ganar \$7.000 millones en un solo año, como anunció en diciembre del 2016. (The Walt Disney Company, 2017) Este conglomerado ha llegado a producir y distribuir más de 1500 películas – una muestra demasiado grande para nuestra capacidad – a lo largo de 80 años, según la popular página de Wikipedia. (“List of films released by Disney”, 2017)

Sin embargo, para la selección de una muestra de películas para nuestro estudio, la empresa en sí ha sido de gran ayuda. Existe una colección de largometrajes animados, producidos por Walt Disney Animation Studios (el nombre actual del estudio) y distribuidas en España como “Colecciones Clásicas”, “Clásicos” o “Los Clásicos” de Disney, tal y como aparecen las carátulas de las películas en formato VHS, DVD o Blu-Ray. Esta colección incluye docenas de películas, desde la primera, *Blancanieves y los siete enanitos*, hasta la última, *Moana*, (*Vaiana*, en España, debido a problemas de

branding), estrenada en España el 2 de diciembre de 2016. También existen los “Clásicos honoríficos”, como *Mary Poppins*. La lista exacta varía según el país de proyección, al igual que la numeración de las películas, por lo que hemos elegido específicamente la lista y la numeración oficial de dichas películas en España, ya que se trata del país de proyección cuyas versiones pretendemos estudiar.

Dentro de esta lista, para mantener cierta constancia histórica, y porque un aspecto que deseamos destacar es la evolución en el tiempo, hemos utilizado sólo aquellos “Clásicos” que se han proyectado en los cines españoles durante la época de su producción. Al principio, podían tardar 3 años o más desde su estreno en EE. UU. hasta su estreno en España, lo cual hemos considerado razonable, porque había que traducirlos y porque tales procesos en aquella época tardaban más. Una diferencia de 10 o 15 años ya se sale de lo normal. Sólo se ha concedido una excepción: la de *Bambi*, cuyo estreno tardó en España pudo ser una secuela de la II Guerra Mundial.

Es decir, los criterios para seleccionar las películas a estudiar han sido los siguientes:

- Las películas deben encontrarse en la lista “oficial” (según Disney) de largometrajes animados denominados “Clásicos” distribuidos en España.
- Las películas deben haberse proyectado en España en la misma época de su producción y estreno original en EE. UU., sin más demora que 3-4 años. También deben estar disponibles para el visionado particular a la hora de la recogida de datos para su análisis posterior (esto excluye a *Vaiana*, por no haberse estrenado todavía en dicho momento).

El listado de “Clásicos” de Disney del catálogo en España se presenta a continuación, con la numeración oficial y el año de estreno en España:

Cuadro 1. Listado de “Clásicos” de Disney

1. <i>Blancanieves y los siete enanitos</i> (1941)	21. <i>Robin Hood</i> (1974)	41. <i>Atlantis: El imperio perdido</i> (2001)
2. <i>Pinocho</i> (1944)	22. <i>Lo mejor de Winnie the Pooh</i> (1968)	42. <i>Lilo &amp; Stitch</i> (2002)
3. <i>Fantasía</i> (1941)	23. <i>Los Rescatadores</i> (1977)	43. <i>El planeta del tesoro</i> (2002)

4. <i>Dumbo</i> (1944)	24. <i>Tod y Toby</i> (1981)	44. <i>La gran película de Piglet</i> (2003)
5. <i>Bambi</i> (1950)	25. <i>Tarón y el Calderon Mágico</i> (1985)	45. <i>Hermano oso</i> (2004)
6. <i>Saludos amigos</i> (1944)	26. <i>Basil, el ratón superdetective</i> (1986)	46. <i>Zafarrancho en el rancho</i> (2004)
7. <i>Los tres caballeros</i> (1947)	27. <i>Oliver y su pandilla</i> (1989)	47. <i>Chicken Little</i> (2005)
8. <i>Música maestro</i> (no estrenada en cines españoles)	28. <i>La Sirenita</i> (1990)	48. <i>Salvaje</i> (2006)
9. <i>Las aventuras de Bongo, Mickey y las judías mágicas</i> (no estrenada en cines españoles)	29. <i>Los Rescatadores en Cangürolandia</i> (1991)	49. <i>Descubriendo a los Robinsons</i> (2007)
10. <i>Tiempo de melodía</i> (no estrenada en cines españoles)	30. <i>La Bella y la Bestia</i> (1992)	50. <i>Bolt</i> (2008)
11. <i>Las aventuras de Ichabod y el Sr. Sapo</i> (no estrenada en cines españoles)	31. <i>Aladdín</i> (1993)	51. <i>Tiana y el Sapo</i> (2010)
12. <i>La Cenicienta</i> (1952)	32. <i>El Rey León</i> (1994)	52. <i>Enredados</i> (2011)
13. <i>Alicia en el país de las maravillas</i> (1954)	33. <i>Pocahontas</i> (1995)	53. <i>Winnie the Pooh</i> (2011)
14. <i>Peter Pan</i> (1954)	34. <i>El Jorobado de Notre Dame</i> (1996)	54. <i>¡Rompe Ralph!</i> (2012)
15. <i>La Dama y el Vagabundo</i> (1957)	35. <i>Hércules</i> (1997)	55. <i>Frozen: El reino del hielo</i> (2013)
16. <i>La Bella Durmiente</i> (1960)	36. <i>Mulán</i> (1998)	56. <i>Big Hero 6</i> (2014)
17. <i>101 Dálmatas</i> (1961)	37. <i>Tarzán</i> (1999)	57. <i>Zootrópolis</i> (2016)
18. <i>Merlín, el encantador</i> (1965)	38. <i>Fantasía 2000</i> (2000)	Clásico honorífico: <i>Mary Poppins</i> (1965)
19. <i>El libro de la selva</i> (1968)	39. <i>Dinosaurio</i> (2000)	Clásico honorífico: <i>La bruja novata</i> (1972)
20. <i>Los Aristogatos</i> (1971)	40. <i>El emperador y sus locuras</i> (2001)	Clásico honorífico: <i>Pedro y el dragón Elliot</i> (1978)

Una vez elegidos los “Clásicos” a estudiar, se ha visionado todos y se ha transcrito todas las canciones y realizado la selección de canciones a estudiar, según los siguientes criterios: se han excluido aquellos “Clásicos” cuya música no llevara letras, o cuyas letras no fueran en español (latinoamericano o castellano), o que no expresaran un sueño/deseo propio del personaje/locutor cantante. Tras este primer filtro, directamente han quedado descartadas *Fantasía*, *Música maestro*, *Tiempo de melodía*, *Las aventuras de Ichabod y el Sr. Sapo*, *Tarón y el caldero mágico*, *Fantasía 2000*, *Dinosaurio*, *Atlantis: El imperio perdido*, *El planeta del tesoro*, *Salvaje*, *¡Rompe Ralph!*, y *Zootrópolis*. También, tras observar que los casos de grupos de cantantes (coros) de género mixto carecen de muestra para dos de las seis épocas y, por tanto, no resultan comparables, se ha decidido no analizar estos casos al mismo nivel que los casos principales (género femenino, género masculino y, por otra parte, villanos mixtos). Como veremos más adelante, el caso de los villanos es parecido, en el sentido de que hay relativamente poca muestra. Sin embargo, nos ha parecido importante analizar su participación al mismo nivel que los personajes femeninos y masculinos, por su aportación al aspecto de los sueños/valores representados, y por lo interesante que resulta la semejanza entre villanos masculinos y femeninos. Resumiendo, hemos seguido los siguientes criterios:

- Las canciones deben tener las letras en español (latinoamericano o castellano, según la época de producción), por considerarla la lengua nativa del público objetivo en España y, hasta hace poco, la única lengua en la que se ha visionado estas películas en las salas de cines españolas.
- Las canciones deben reflejar un sueño/deseo propio del personaje/locutor cantante. Esto puede ser de forma directa (“yo quiero...”), indirecta (figurado o por analogía), o incluso disimulada/manipuladora (para engañar o manipular al interlocutor o al público), mientras de alguna manera refleje ese sueño. También se han admitido canciones con los cantantes en off, siempre teniendo en consideración si representan a algún personaje o a sí mismos y, una vez más, siempre que reflejen un sueño o deseo propio del cantante o del personaje a quien representan.
- Se incluirán aquellas canciones donde participen personajes individuales o grupales de género femenino o masculino, clasificados como héroe/bueno o

neutro, por una parte, o como villano, por otra. Aquellos grupos de personajes cantantes que sean mixtos no se tendrán en consideración en el análisis.

#### 4.4 Preparación y análisis de los datos

Ya elegidas las canciones ( $n = 139$ , de entre las 490 canciones transcritas de todos los “Clásicos”) y, divididas en 241 cantantes (porque se ha analizado la participación de cada personaje cantante en cada una de esas canciones), se ha procedido a identificar cada cantante de cada canción, por distintas variables, más otros factores que nos han parecido de interés: los datos de producción y estrenos, el periodo de estudio, los datos demográficos del personaje/locutor cantante, el deseo expresado específico y dicho deseo normalizado, los valores (Schwartz) reflejados, el estilo de comunicación (Norton) y el nivel de acción visual. También se ha realizado un estudio minucioso de todos los verbos utilizados en las canciones, usando el programa ATLAS.ti para documentar, organizar y clasificar los datos (aproximadamente 15.000 citas o *quotations* que han entrado en el análisis final, lo cual no incluye todas las transcripciones que se han descartado tras la selección de las canciones), según la clasificación propia indicada anteriormente.

Debido a las limitaciones de dicho programa respecto al output, todos estos datos y su clasificación se han volcado, primero en xml, pasando a Word y luego a Excel, para crear unas macros y, con éstas, proceder con los numerosos análisis y comparaciones que hemos realizado y que presentamos en los próximos capítulos, primero divididos por periodos cronológicos y, luego juntos para una comparativa histórica y transversal. Para cada uno de dichos capítulos, además de los análisis, hemos creado un pequeño índice y resúmenes individuales para cada canción (por cantante), donde hemos intentado plasmar todos los datos recogidos para ella, para una visualización mejor y más clara del contenido recopilado y estudiado. Debido al volumen de información y el número elevado de fichas, hemos decidido colocarlas en el anexo, para que el lector pueda acceder a ellas fácilmente para hacer las comprobaciones, comparaciones o indagaciones que desee.

Respecto al vocabulario utilizado en la presentación de los resultados, conviene destacar lo siguiente:

- Para referirse a las voces individuales identificadas y estudiadas para cada canción, a las cuales corresponderá una ficha individualizada y un código específico, se emplean

los vocablos “voz cantante”, “personaje cantante”, “personaje” o “cantante” indistintamente.

- A esto se le añade el género correspondiente, siempre tratando de los personajes héroes/buenos o neutros. Se usan los vocablos “femeninos” o “de género femenino”, o “masculinos” o “de género masculino” indistintamente.
- El caso de los villanos se trata aparte y, juntando los dos géneros por sus similitudes – tanto de sueños/valores como de formas de expresarlos – y por el tamaño reducido de la muestra de ellos, refiriéndose a ellos como a los “villanos”.
- Para referirse a los deseos expresados por los personajes cantantes en las distintas canciones, empleamos los vocablos “sueño”, “deseo” o incluso “objetivo” indistintamente.
- Para referirse al nivel de actividad/pasividad observada en el lenguaje verbal y no verbal (visual) estudiado, se emplea “nivel de acción”, “nivel de actividad” o “actividad”, indistintamente, más el nivel atribuido (muy activo, activo, medio, poco activo, pasivo o muy pasivo) o, según el caso, solamente el nivel atribuido.

#### 4.5 Razonamiento para la división de periodos cronológicos

El deseo de realizar un estudio transversal del material sugiere una división por periodos cronológicos, tanto con el fin de realizar nuestro análisis sobre cantidades manejables, como para poder enmarcar nuestros hallazgos dentro del contexto histórico y social, de un periodo a otro. Se ha decidido crear periodos de 15 años, tomando hitos históricos como puntos divisorios, tales como el final de la Segunda Guerra Mundial en 1945 o la muerte de Franco en 1975. Como resultado, el primer periodo, y el último, no tienen una duración de 15 años, por lo que no son totalmente homogéneos en cuanto a duración. De todas formas, la producción de Disney tampoco es totalmente homogénea, de un periodo a otro. Todo esto se tendrá en cuenta a la hora de presentar nuestro análisis.

#### 4.6 Los sueños y la escala de valores de Schwartz

Para estudiar el “qué” de la cuestión – los sueños de los personajes de estas películas y los valores que expresan en sus canciones – nos hemos basado en la *Theory of Basic Human Values* de Shalom H. Schwartz. En los años 90, Schwartz propuso una escala de diez valores que él consideraba universales y de gran utilidad para estudios de una naturaleza multicultural o internacional. Una escala universal así se podría aplicar a un estudio a nivel nacional, pero transversal, como en este caso. Se trata de una serie de

valores, u objetivos motivacionales amplios, en lugar de deseos muy específicos. Así se pueden utilizar como estándares por los cuales se mide todo lo demás en la vida o la sociedad. (Potts, 2015) Schwartz creó esta escala, dando por hecho que las personas adoptamos distintos valores, en distintas medidas, y que éstos pueden variar según el contexto o el caso. Asimismo, no es de extrañar que una misma persona refleje – en sus acciones y sus actitudes – valores que se asemejan, pero también puede tener intereses que entran en conflicto con los primeros valores. Respecto a la respuesta científica a esta escala de valores, ha llegado a un nivel de aceptación tal que se ha empleado en numerosos estudios académicos multiculturales, en la psicología, la sociología, la psicología social, la política, los negocios y, muy notablemente, en la *European Social Survey* (ESS).

Los diez valores se pueden agrupar de diferentes maneras, muchas veces en dimensiones contrapuestas, como se ve a continuación. Aunque los **valores** en sí tienen traducción clara, los *nombres de las dimensiones* se han dejado en su inglés original, con una traducción propuesta entre paréntesis, por la dificultad de traducir los conceptos en una sola palabra, manteniendo la riqueza de su significado:

#### Dimensión interés propio vs. intereses de los demás

- *Self-Enhancement* (“Auto-promoción”): buscar los propios intereses
  - **Poder**: Estatus social y prestigio, control o dominación sobre personas y recursos.
  - **Logro**: Éxito personal a través de demostrar sus capacidades, de acuerdo a los estándares sociales.
- *Self-Transcendence* (“Auto-trascendencia”): buscar los intereses de los demás
  - **Universalismo**: Comprensión, aprecio, tolerancia y protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza.
  - **Benevolencia**: Conservación y mejora del bienestar de las personas del entorno habitual.

#### Dimensión apertura vs. conservación

- *Openness to Change* (“Apertura”): buscar la emoción de lo desconocido
  - **Estimulación**: Emoción, novedad y retos en la vida.
  - **Autodirección**: Pensamiento independiente y elección de acción, creación, exploración.

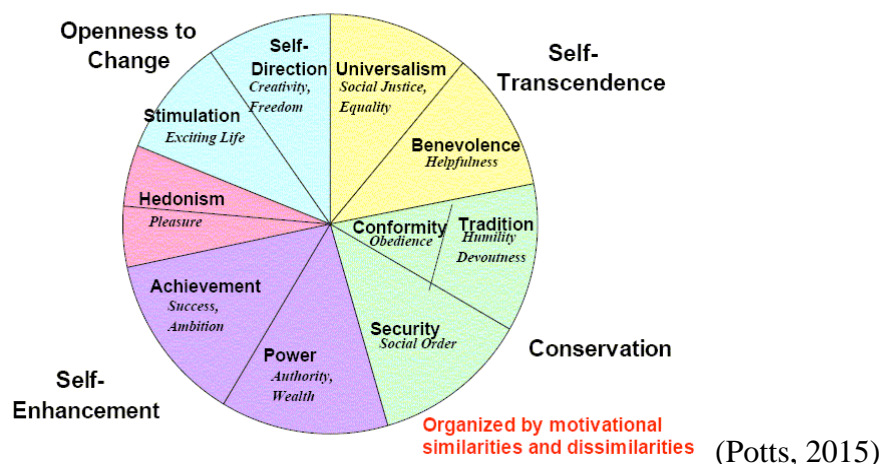


- *Conservation* (“Conservación”): buscar la seguridad de lo conocido
- **Seguridad:** Seguridad, armonía, y estabilidad de la sociedad, de las relaciones personales y de uno mismo.
- **Tradición:** Respeto, compromiso, y aceptación de las costumbres e ideas tradicionales culturales o religiosas que se han recibido.
- **Conformidad:** Autocontrol sobre las acciones, predisposiciones e impulsos que puedan llevar a molestar o perjudicar a otros, rompiendo las normas sociales o expectativas.

En una dimensión aparte,

- **Hedonismo:** Placer y gratificación sensual por uno mismo. (Schwartz & Rubel, 2005, p. 1010-1011)

Una aplicación se observa en muestras recogidas en 19 países europeos (España incluido) por la *European Social Survey* entre 2002-2003. En todos dichos países, las mujeres les concedían mayor importancia a los valores benevolencia, universalismo, seguridad y tradición que los varones, mientras éstos valoraban más los valores autodirección, estimulación, logro, poder y hedonismo. Sólo el valor de la conformidad no mostraba ninguna tendencia clara. (Schwartz & Rubel, 2005) Es decir, los varones valoran más los ejes de “auto-promoción” y “apertura”, y las mujeres los ejes de “auto-trascendencia” y “conservación”.



Este estudio se propone como un acercamiento explicativo de los sueños expresados por los personajes de los “Clásicos” de Disney en las canciones que dedican a dichos

sueños, aquí ofreciendo una visión de ellos desde la perspectiva de los valores, que se han aplicado en una escala de cuatro niveles: n.a. (no aplica o nada), bajo, medio y alto, según se perciben en la canción. Esta escala se ha aplicado a cada uno de los valores, para cada personaje/locutor cantante de cada canción seleccionada de la muestra. Esta escala es más reducida que la utilizada por Schwartz en su *Schwartz Value Survey*, que va desde -1 hasta 7, de menor a mayor importancia, porque a diferencia de dicha encuesta, aquí no se puede preguntar a los personajes por el nivel de importancia que dan a cada uno de los artículos nombrados en una lista (que reflejan los valores). Entonces, tras aplicar la escala de cuatro niveles, a esos niveles se les ha asignado valores (del 0 al 4) y, además, al valor principal percibido, se le ha sumado un punto más (5). Todo esto se refleja en las fichas individuales de las canciones (por personaje/locutor cantante) que se presentan en el anexo y, se emplea para hacer comparativas entre personajes, entre canciones, entre periodos, y con los estilos de comunicación y los aspectos gramaticales y de actividad/pasividad.

Para poder facilitar estas comparativas y dotarles a los sueños y deseos de una forma más normalizada, hemos creado una lista empírica más reducida y generalizada de dichos deseos. Éstos se han agrupado en 40 deseos, que se encuentra también en el apartado 7.1 “Listado de deseos expresados en las canciones”: Agradar a otros, Algo mejor para todos, Aliarse con otros, Aprovecharse de otros, Ayudar a otros, Ayudar interesadamente, Bienestar de allegados, Cariño familiar, Castigar a otros, Causar maldad, Codiciar algo o alguien, Consolidar el amor, Corresponder a otros, Dar ejemplo, Disfrutar con allegados, Disfrutar de hacer algo, Disfrutar de la vida, Disfrutar de su amado/a, Disfrutar de su estatus, Disfrutar de una mejor condición, Elegir su amor, Estimular a otros, Ganarse la vida, Hacer cosas diferentes, Impresionar a otros, Liberarse de una carga, Mantener una tradición, Mostrar conformidad, Pasarlo bien, Proteger a otros, Protección de otros, Que aparezca el amor, Reafirmarse en su modo de vida, Reconocimiento a otros, Reconocimiento propio, Ser como otros, Ser correspondido en amor, Sobrevivir, Tener ilusión, Vivir en un mundo imaginario. Cada ficha individual de resumen de cada cantante incluye anotados tanto el sueño específico expresado por el personaje, como el deseo normalizado. Es este último el que se utiliza para realizar las comparativas.

#### 4.7 Los estilos de comunicación de Norton y los generolectos de Tannen (1990)

Para estudiar el “cómo” de la cuestión – la manera en que estos personajes expresan sus sueños en sus canciones – se ha basado, por una parte, en los estilos de comunicación de Norton y, por otra parte, en aspectos gramaticales (sintácticos y semánticos) del

lenguaje utilizado, específicamente de los verbos empleados. Esto último se verá en el siguiente subcapítulo.

### **Escala de Estilos de Comunicación: Norton**

Dentro de los estilos de comunicación, utilizamos las 10 categorías propuestas por Norton:

- **Dramático:** Se refiere a una comunicación que tiende a manipular exageraciones, fantasías, historias, metáforas, con una voz rítmica. Este estilo es favorable a ganar estatus y popularidad. Evidencias del estilo “Dramático”:
  - Comunica como si estuviera representando o pone el énfasis en algún aspecto concreto.
  - Recurre a chistes o anécdotas en la comunicación.
- **Abierto:** Se refiere a una comunicación afable, extrovertida, como alguien en quien se puede confiar. Indica que da cierto permiso para explorar sus aspectos personales. Evidencias del estilo “Abierto”:
  - Cuenta mucho de sí mismo, aunque no conozca bien a su interlocutor.
  - Expresa abiertamente sus sentimientos y deseos.
- **Atento:** Implica unas grandes dotes de escucha y empatía; se ve en el tiempo que dura el mirar fijamente. Suele usarse para dar *feedback*. Evidencias del estilo “Atento”:
  - Muestra señales no verbales deliberadas para mostrar que está escuchando
  - Aparece como el sujeto que escucha con atención en la conversación
- **Dominante:** Implica varias áreas: la apariencia física de fuerza, contacto visual, tono alto, y otros aspectos que se representan por una postura que no ofrece dudas y alto nivel de autoconfianza. Evidencias del estilo “Dominante”:
  - Habla con mucha frecuencia en las situaciones sociales.
  - En las situaciones con otros aparece como él que se hace cargo de las cosas.
- **Animado:** Utiliza mucho la parte no verbal, utilizando mucho el contacto visual, los gestos y las expresiones faciales. La percepción del contacto visual se percibe como poderoso, atractivo y que está contando la verdad. Evidencias del estilo “Animado/Expresivo”:
  - Los ojos reflejan lo que está comunicando.
  - Utiliza muchas expresiones faciales.

- **Relajado:** Parece calmado y proyecta confianza y confort; a veces puede significar una falta de tensión. Evidencias del estilo “Relajado”:
  - No muestra ningún nerviosismo en su discurso.
  - Utiliza un ritmo relajado.
- **Amistoso:** Muestra un reconocimiento hacia el otro. Es un predictor de atracción, sociabilidad, liderazgo y posicionamiento social. Evidencias del estilo “Amistoso”:
  - Expresa admiración por otros.
  - Reconoce las contribuciones que realizan los demás.
  - Tiende a animar a los demás.
- **Impresionador:** Se refiere a cuando se deja una impresión que perdura, muy basado en una primera impresión. Evidencias del estilo “Impresionador”:
  - Lo que expresa deja impresión en otros.
  - Él mismo deja impresión en otros.
- **Polémico:** Suele ser sobre dominante y tiende a discutir mucho. Evidencias del estilo “Polémico”:
  - Cuando está en desacuerdo con alguien, es muy rápido en retarle.
  - Le cuesta parar una vez entra en la discusión.
- **Preciso:** Se refiere a transmitir el conocimiento de forma no ambigua. Evidencias del estilo “Preciso”:
  - Pone énfasis en el detalle, especialmente en las discusiones.
  - Solicita información por escrito para confirmar lo que se le dice. (Norton, 1978)

Para la clasificación de las distintas voces de cada canción, se ha permitido elegir dos estilos de comunicación para describir los estilos más representados en cada caso dado. Aparecen los dos en la ficha de cada voz, pero el primero es el único considerado en el cómputo.

Aunque resulta de mucho interés esta teoría, en sí no tiene en cuenta el sexo/género del locutor ni las diferencias de discurso que puedan existir entre varones y mujeres. Por esta razón, hemos decidido hacerle una breve referencia a la obra de Deborah Tannen, quien, desde la sociolingüística y los estudios del discurso, establece dos generolectos diferenciados:

- El generolecto masculino, sea utilizado por hombres o por mujeres, se caracteriza por un enfoque jerárquico por donde se intenta subir, evitando bajar. El éxito personal se valora, al igual que toda muestra de competencia individual, independencia, liderazgo, dominación y superación con respecto a otros. (Tannen, 1990) Aquí se observan los valores de Schwartz arriba mencionados de las dimensiones de *Self-Enhancement* y *Openness to Change* (**poder, logro, estimulación, autodirección** y quizás, **hedonismo**). Respecto a los estilos de comunicación de Norton, puede verse más en los estilos **dramático, dominante, impresionador, polémico o preciso**.
- En cambio, el generolecto femenino refleja valores contrarios, como las relaciones interpersonales, en lugar del individualismo, las conexiones, en lugar del aislamiento y, el acercamiento afectivo, prefiriendo la conciliación sobre la confrontación. (Tannen, 1990) Aquí se observan los valores de Schwartz de las dimensiones de *Self-Transcendence* y *Conservation* (**universalismo, benevolencia, seguridad, tradición y conformidad**). En cuanto a los estilos de comunicación de Norton, puede aparecer en los estilos **abierto, atento, animado, relajado o amistoso**.

En todo caso, se verá más adelante, en los resultados de los análisis de los datos recopilados, exactamente hasta qué punto se cumplen o coinciden estas teorías.

#### 4.8 Creación de una escala de actividad/pasividad visual

Dado que se trata de un medio audiovisual y, para complementar el estudio de los valores a través de los deseos, y de los estilos de comunicación, entre otros, hemos decidido incorporar una escala de actividad/pasividad visual, de diseño propio, analizando brevemente el nivel de acción física del personaje/locutor cantante durante la canción. Esta escala está compuesta por 7 niveles: **muy pasivo, pasivo, poco activo, medio, activo, muy activo y en off**. Estos niveles se explicitan a continuación:

- **Muy pasivo:** corresponde a un nivel de acción prácticamente nulo, junto con una postura pasiva o sumisa. Normalmente, el personaje cantante se encuentra tumbado, o como mucho, sentado y, apenas se aprecia movimiento. Blancanieves, en “Mi príncipe vendrá”, de *Blancanieves y los siete enanitos*, es un buen ejemplo de este nivel de acción (visual).

- **Pasivo:** corresponde a un nivel de acción bastante limitado. En un caso así, el personaje cantante suele estar sentado o tumbado, por ejemplo, moviendo los brazos suavemente. Hay algún ejemplo de un personaje que se mueve físicamente de un sitio a otro, pero suele ser de manera exageradamente lenta. Nani, en “Aloha oe”, de *Lilo & Stitch*, es un buen ejemplo de este nivel de acción (visual).
- **Poco activo:** corresponde a un nivel de acción suave o lenta. Para esto, el personaje puede caminar de un sitio a otro, aunque suele ser tranquilamente. A lo mejor señala o mueve los brazos, pero también suavemente o de manera muy estudiada. El Juez Frollo, en “Fuera”, de *El jorobado de Notre Dame*, es un buen ejemplo de este nivel de acción (visual).
- **Medio:** corresponde a un nivel de acción medio. En este caso, el personaje suele caminar, o incluso bailar suavemente y, a menudo gesticula con los brazos de manera un poco más activa. A este nivel, los gestos empiezan a hacerse algo más grandes o rápidos. Madre Gothel, en “Madre sabe más”, de *Enredados*, es un buen ejemplo de este nivel de acción (visual).
- **Activo:** corresponde a un nivel de acción con un movimiento más grande, continuo o rápido. Casi siempre hay desplazamiento de un lugar a otro, caminando muy rápido o corriendo, saltando o bailando enérgicamente. Los brazos se suelen agitar mucho, o llevar en alto, como poco. Da una sensación de mucho movimiento. El Rey Louie, en “Quiero ser como tú”, de *El libro de la selva*, es un buen ejemplo de este nivel de acción (visual).
- **Muy activo:** corresponde a un nivel de acción exagerado y que, necesariamente debe incluir, o gestos y movimientos muy grandes e impresionantes, o gestos y movimientos muy rápidos (casi frenéticos), o las dos cosas. Siempre hay desplazamiento y, cuando el personaje salta, corre o baila, es muy enérgicamente. Un ejemplo que se ha observado en varias ocasiones han sido escenas al estilo de Busby Berkeley, con bailes tremendamente enérgicos y casi mareantes. En algún caso, se ha considerado que el personaje se ha movido de forma muy activa, porque a su actividad física activa se le han sumado expresiones y gesticulaciones incluso más exageradas. Los habitantes del castillo, en “¡Que festín!”, de *La bella y la bestia*, dan un buen ejemplo de este nivel de acción (visual).
- El séptimo nivel se denomina **en off**. Esto ocurre sólo cuando las voces suenan en off y no hay ninguna actividad reflejada en la pantalla, cosa que suele ocurrir

durante los créditos finales de una película, o cuando la voz cantante aparentemente no corresponde a ninguno de los personajes en escena, a pesar de lo que pueda estar ocurriendo en la pantalla.

Se ha empleado esta misma escala, desde muy pasivo hasta muy activo, en la clasificación del nivel de acción (verbal), considerando los criterios expuestos a continuación:

#### 4.9 Clasificación propia para el análisis de actividad-pasividad actitudinal en el lenguaje, según los tipos de verbos

Respecto a los niveles de actividad/pasividad verbal, recordamos a Semin y Fiedler, que enumeran una clasificación de tres tipos de verbos. Primero, tenemos los *state verbs*, o verbos de estado, que se refieren a estados mentales o emotivos; no existe definición clara de principio y fin; y no suelen formar fácilmente ni la forma progresiva ni la imperativa (gustar, odiar, envidiar...). Segundo, están los *interpretive action verbs*, o verbos de acción interpretativa, que hacen referencia a ciertos comportamientos; componen una acción con principio y fin; y disponen de connotaciones semánticas positivas o negativas (ayudar, defraudar, inhibir, imitar...). Por último, tenemos los *descriptive action verbs*, o verbos de acción descriptiva, que hacen referencia a una actividad en particular y a al menos un aspecto físico fijo de la acción; aquí la acción también tiene principio y fin; y normalmente no lleva connotaciones positivas ni negativas (llamar, hablar, besar, mirar...). (Semin & Fiedler, 1988, p. 560)

Se trata de una clasificación básica de los verbos, dividiéndolos, o en verbos de acción/dinámicos, o en verbos de estado/estáticos. Sin embargo, esta clasificación bilateral resulta demasiado simple para los fines de nuestro estudio. Por esta razón se ha optado por crear más categorías semánticas, y que sean más elaboradas y relacionadas con la actividad/pasividad física y psíquica. Éstas se han ido creando sobre la marcha, a medida que se ha ido recopilando los verbos de las transcripciones. Lo mismo se ha hecho con las categorías de los niveles de actividad/pasividad visual: se han ido definiendo sobre la marcha, a medida que se ha ido visionando los largometrajes objeto de estudio. En el análisis de los verbos, se han utilizado dos perspectivas: la gramatical (sintáctica) y la de actividad/pasividad (semántica).

En cuanto los aspectos gramaticales, se ha considerado la siguiente clasificación, siempre atendiendo al punto de vista del personaje/locutor cantante:

- Persona: 1ª, 2ª (la cual incluye la forma de imperativo), 3ª y formas no personales (infinitivo, gerundio, participio)
- Tiempo: presente (todas las formas simples y compuestas, más las distintas perífrasis verbales, incluyendo los modos, indicativo, subjuntivo e imperativo), pasado (todas las formas simples y compuestas, más las distintas perífrasis verbales, incluyendo los modos indicativo y subjuntivo) y futuro (todas las formas simples y compuestas, más las distintas perífrasis verbales, incluyendo el modo indicativo e incorporando también el condicional)

En cuanto al aspecto de actividad/pasividad, se ha clasificado los verbos por tipo, según el nivel de actividad inferida (sujeto a interpretación), de parte del personaje/locutor cantante, usando la siguiente escala, de más pasivo a más activo:

- Verbos *copulativos*: ser, estar, parecer; y parecidos, como existir o haber (sólo en el sentido de la existencia). Estos verbos tienen una función descriptiva, se equiparán más o menos a los *de percepción* en esta escala y no implican acción alguna de parte del personaje/locutor cantante.
- Verbos *de percepción* física: ver, oír, sentir, saborear, oler, pero siempre en el sentido de pura recepción de estímulos físicos, no en el sentido figurado. Estos verbos también descriptivos se equiparán más o menos a los *copulativos* en esta escala y no implican ningún tipo de acción intencionada de parte del personaje/locutor cantante.
- Verbos *de deseo*: Estos verbos de acción muestran una intención o preferencial mental o actitud hacia algo o alguien, o de que algo cambie. Siempre son mentales y, como mucho, figurados, por ejemplo: admirar, alcanzar, ambicionar, desear, gustar, importar, querer...
- Verbos *de razonamiento*: Estos verbos de acción muestran actos mentales, como en la toma de decisiones (como en la taxonomía de Bloom), sin implicar ningún tipo de acción mayor o física, por ejemplo: creer, pensar, decidir, saber, reconocer, recordar...
- Verbos *de experiencia*: Estos verbos de acción muestran el estado o la experiencia de la persona hacia algo o alguien. Son siempre usos intransitivos, aunque puedan ser utilizados como verbos transitivos en otros contextos e, incluso aunque lleven complemento directo en el caso dado. Si lleva más peso el estado o la experiencia que el complemento directo (en el caso concreto), o



si lleva un significado figurado, en lugar de literal o físico, se considera *de experiencia*, al implicar una acción de naturaleza más bien indeterminada, por ejemplo: vivir, cumplir, fallar, obedecer, resistir, sentirse...

- Verbos *de lugar*: Estos verbos de acción muestran actos que implican un desplazamiento o cambio de lugar físico, nunca figurado, por ejemplo: acercarse, entrar, salir, ir(se), recorrer, volver.... En este caso, por ser de naturaleza física, se considerarían verbos *corporales* si el peso principal no recayera sobre el desplazamiento en sí.
- Verbos *de objeto*: Estos verbos de acción muestran actos que recaen sobre un objeto o persona. Son siempre transitivos y, en este caso, debe llevar más peso el complemento directo que el verbo, por ejemplo: contar, buscar, encontrar, guardar, tener, hacer... En otro contexto, podrían clasificarse de otra manera. Aquí lo importante es el complemento directo.
- Verbos *corporales*: Estos verbos de acción muestran actos que implican la utilización del cuerpo. Siempre son literales y el hecho corporal debe pesar más que cualquier otro aspecto (experiencia, lugar, objeto), por ejemplo, pisotear, suspirar, cantar, comer... Para el propósito de este estudio, se consideran los más activos, al implicar siempre una acción física y, no sólo de lugar, sino enfatizando el aspecto corporal.

Es muy importante destacar que hay muchos verbos que pueden clasificarse de manera diferente, según el uso y el contexto. También es importante señalar que, en las formas simples, se ha clasificado directamente el verbo, mientras en el caso de las formas compuestas, se ha clasificado el participio pasivo y, en las perífrasis verbales, se ha clasificado el verbo principal o “verboide” (en infinitivo, gerundio o participio) y, no el verbo auxiliar.

Se citan varios ejemplos:

“Esa píldora que os **dan**... Satisfechos **tomaréis**”, *Mary Poppins* – en esta canción, Mary Poppins emplea el verbo **dar** como verbo transitivo y, en este caso, el peso recae sobre el complemento directo, **píldora**, aunque dicho complemento sea figurado. Por esto se considera el verbo **dar** como un verbo *de objeto*. En cambio, aunque el verbo **tomar** lleva el mismo complemento directo, lo usa con sentido figurado, en lugar de literal o físico, enfatizando la experiencia, por lo que se considera un verbo *de experiencia*.

“**Toma** mi mano, **siéntela**”, *Tarzán* – aunque llevan complemento directo y se usan de forma transitiva (en otro contexto, podrían considerarse *de objeto*), aquí Kala usa los verbos **tomar** y **sentir** en el sentido literal y físico, en ambos casos, enfatizando el verbo, en lugar del complemento directo, el primero como verbo *corporal* y el segundo como verbo *de percepción*, mientras intenta tranquilizar al pequeño Tarzán con el tacto de su mano.

““Qué no **entren**’, siempre me dijo a mí... No has de **sentir**”, *Frozen: El reino del hielo* – en su reflexión, Elsa emplea ambos verbos, **entrar** y **sentir** en sentido figurado y experiencial, en lugar de literal o físico, por lo que aquí se consideran verbos *de experiencia*, mientras en otros contextos, se podrían considerar *de lugar* (el primero) o *de percepción* (el segundo), por ejemplo.

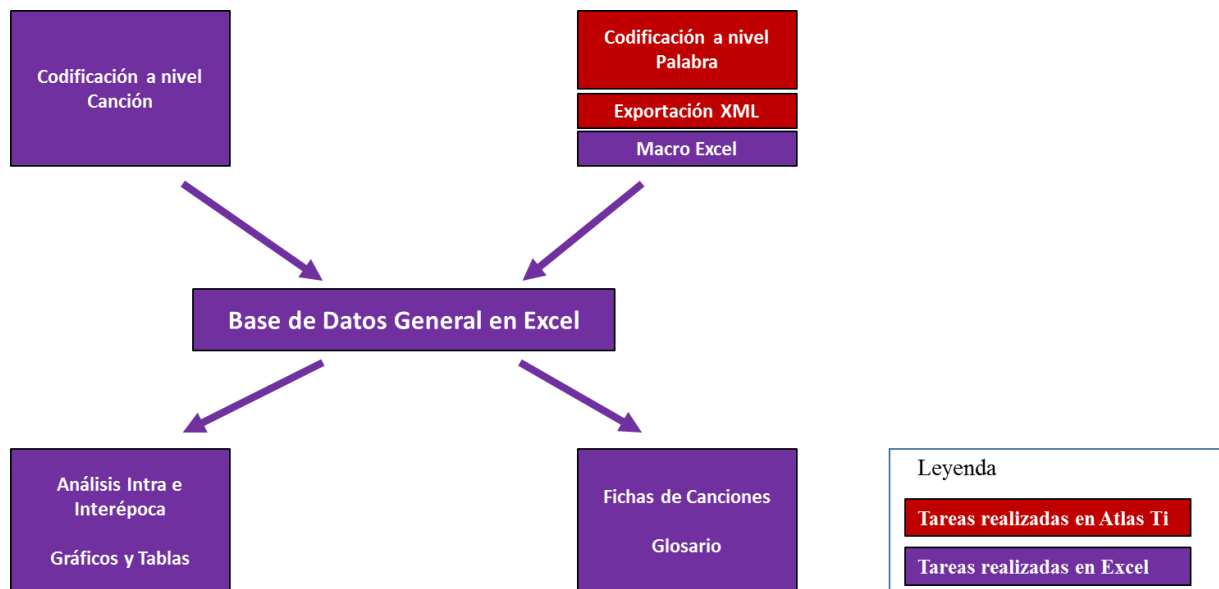
De cara a los niveles de actividad verbal, partimos desde la teoría (propia) de que, con los verbos utilizados en primera persona en general, los niveles de actividad/pasividad actitudinal del personaje/locutor cantante siguen exactamente nuestra clasificación de los tipos de verbos, con los verbos *copulativos* y *de percepción* siendo los más pasivos, pasando por los verbos *de deseo*, *de razonamiento* y *de experiencia*, hasta los verbos *de lugar*, *de objeto* y *corporales*, siendo los más activos. En el caso de los verbos usados en 3ª persona (o las formas no personales), el uso resulta descriptivo y la actividad se atribuye a esa 3ª persona, haciendo que la escala quede al revés de cara al cantante. Los verbos de mayor nivel de acción quedan más alejados del cantante, mientras los verbos de menor nivel de acción (como los verbos copulativos, de percepción o de deseo) quedan más cercanos, aunque por su naturaleza, influyen poco.

Es con el uso de los verbos en 2ª persona que la situación se complica un poco. Desde la perspectiva del personaje/locutor cantante, los verbos empleados en modo indicativo con la 2ª persona resultan más o menos tan descriptivos como en el caso del uso de la 3ª persona, aunque hay más cercanía entre el locutor y la 2ª persona. Sin embargo, con el uso del modo imperativo, por ejemplo, esto ya puede implicar un deseo de parte del personaje cantante, por lo que puede indicar mayor actividad por su parte y, en este caso, aunque se incluyen los verbos imperativos en los de la 2ª persona, también se les verá aparte, como caso excepcional.

#### 4.10 Proceso de codificación

La codificación se realiza a nivel de canción y a nivel de palabra. A nivel de palabra se se apoya en la transcripción de la misma a la herramienta Atlas.ti y su posterior codificación. En cambio, a nivel de canción se realiza de forma directa sobre la base de datos en Excel. A continuación, se muestra un esquema con dichos procesos de codificación y su confluencia en una única base de datos en Excel que se toma como base para desarrollar los *outputs* de todos los análisis.

Figura 2. Esquema del proceso de codificación y análisis



##### 4.10.1 Codificación a nivel de palabra (dentro de una canción)

Como ha supuesto una de las tareas más arduas de esta investigación, y como aspecto quizás más innovador, ofrecemos una explicación algo más detallada, más un ejemplo bastante corto, para visualizar mejor nuestro proceso de codificación. Tras transcribir todas las canciones de los “Clásicos” en Word, y sin aplicar todavía ningún filtro, se han importado las canciones, agrupadas por películas, al programa de Atlas.ti, con un formato sencillo, pero marcando siempre **quiénes** cantan y **qué** palabras cantan, más el *diálogo* que pueda entrar mientras suena la música, como en el caso de la canción “Reflejo”, de *Mulán*:

Casamentera *¡Eres una desgracia! ¡Puede que parezcas una novia, pero no aportarás honor a tu familia, nunca!*

Mulán Lo sé bien.

No seré jamás una esposa más  
O una buena hija.  
Ya temí  
No saber cumplir su plan.  
Donde voy,  
Llevo la inquietud,  
Si yo misma soy,  
Mis mayores sufrirán.  
¿Quién es la chica que veo  
Aquí, tras de mí?  
Guarda el mal reflejo de  
Alguien que no soy.  
¿Qué tengo que intentar?  
¿Cuánto habrá que ocultar?  
Es la imagen que alguien vio.  
No es la realidad.  
Cuanto más reflejo yo  
Toda la verdad.

Padre Mulán *Vaya, vaya. Qué flores tan bonitas tenemos este año. Pero mira, ésta es tardía. Seguro que, cuando haya crecido, será bella, la más hermosa de todas...*

#### 4.10.1.1 Codificación inicial: palabras clave, tipo y género

Partimos desde esta información básica, para proceder a codificar distintos aspectos de cada canción. Para poder usar una canción como unidad de análisis, según ya hemos contado, aparte de cantarse en español o castellano, ha debido de reflejar un sueño propio del personaje cantante. En muchos casos, lo del sueño ha sido evidente, pero hemos creado unos códigos también, como claves para identificar canciones que quizás no se hubieran percatado inicialmente como canciones *I want*. Estos códigos citan palabras que hemos denominado **Palabra “I want”** [+ la palabra citada], incluyendo, por ejemplo, todas las formas (sustantivos, adjetivos, verbos...) de las palabras acercarse, admirar, adorar, alcanzar, alegría, amar/amor, ambición, amistad/amigo, anhelar, añorar, asegurar, atracción, buscar, camino, cielo/celestial/paraíso, conseguir, contento, desear, destino, dicha/dichoso, encantar, envidiar, esperar, fama, fé, feliz, felicidad, fortunam, gloria,

gozar, gran señor, gustar, hermoso/hermosura, honor/honra, ideal, ilusión, inspiración, intención/intentar, intuición, libre/libertad, llegar, lograr, mejor, misión, morir por, necesitar/tener que, nombre, oración, pasicón, pedir/implorar, perfecto/perfección, perseguir, placer, placidez/plácido, poder, premio, presumir, primero/alfa, quiero/querer, reinar, riqueza/oro/plata..., saber, salud, sublime, sueño/soñar, tesoro, tradición, triunfo, unión/unir, visión... Cabe destacar que hemos ido añadiendo palabras o códigos al listado, a medida que han aparecido en nuestro análisis. Estos primeros códigos han ayudado en la identificación de las canciones que cumplieran nuestros requisitos para entrar en la muestra. Sin embargo, recordemos que no todas las canciones que expresan sueños reflejan un **sueño propio del personaje cantante**, y esto ha sido otro punto clave para la selección de canciones unidades de análisis. Nos interesan los deseos de quien canta, y la forma en la que los expresa.

En Atlas.ti, aquellas canciones que no han entrado directamente en la muestra las hemos codificado como **Canción tipo descriptivo/consejo**, aunque en algún caso aislado hemos observado que se ha convertido en canciones *I want* (y se ha podido añadir a la muestra). Por otra parte, hemos codificado todos los personajes cantantes, más todos los versos que cantan, por género, lo cual resulta especialmente importante cuando se van turnando durante la canción, como **Personaje(s) femenino(s)**, **Personaje(s) masculino(s)**, **Personajes mixtos** (en este caso, siempre en plural) o **Personajes sin género aparente**. En casos como el ejemplo que hemos puesto de *Mulán*, el único personaje cantante es de género femenino, por lo que hemos podido clasificar la canción entera con un solo código de género, de **Personaje(s) femenino(s)**.

#### 4.10.1.2 Codificación verbal

Tras identificar las palabras clave de una canción *I want*, o de otra manera clasificarla como tal, e identificar y codificar el género (o los géneros) de los personajes cantantes, dentro de cada canción, nos hemos dedicado a codificar todos los usos verbales. A cada uso verbal, sea simple o compuesto, le ha correspondido un mínimo de 2 o 3 códigos: uno de esos códigos es el *tipo de verbo* según nuestras ocho categorías: **Verbo acción\_corporal**, **Verbo acción\_deseo**, **Verbo acción\_experiencia**, **Verbo acción\_lugar**, **Verbo acción\_objeto**, **Verbo acción\_razonamiento**, **Verbo copulativo**, **Verbo de percepción**. Otro es el tiempo verbal + la persona + el modo, como **Verbo “I want” – uso del pretérito imperfecto con 1ª persona**, **Verbo “I want” – uso del condicional con 2ª persona** o los casos impersonales, como **Verbo “I want” – uso del**

**gerundio, Verbo “I want” – uso del infinitivo....** Y en los casos más complejos como las perífrasis verbales, que son muy numerosos, hemos añadido todavía más códigos, como **Verbo “I want” – uso de anhelar + infinitivo, Verbo “I want” – uso de dejar de + infinitivo, Verbo “I want” – uso de haber/tener de/que + infinitivo, Verbo “I want” – uso de lograr + infinitivo...** El listado completo se ofrece en el anexo. De todas formas, esto se entiende mejor aplicado a nuestro ejemplo:

Casamentera *¡Eres una desgracia! ¡Puede que parezcas una novia, pero no aportarás honor a tu familia, nunca!*

Mulán	Lo <b>sé</b> bien.	Verbo acción_razonamiento
		Verbo “I want” – uso del presente con 1ª persona
	<b>No seré</b> jamás una esposa más	Verbo copulativo (ser, estar, parecer), o existir o haber
		Verbo “I want” – uso del futuro con 1ª persona
	O una buena hija.	
	Ya <b>temí</b>	Verbo acción_objeto
		Verbo “I want” – uso del pasado con 1ª persona
	<b>No saber cumplir</b> su plan.	Verbo acción_experiencia
		Verbo “I want” – uso del infinitivo
		Verbo “I want” – uso de saber + infinitivo
	Donde <b>voy</b> ,	Verbo acción_lugar
		Verbo “I want” – uso del presente con 1ª persona
	<b>Llevo</b> la inquietud,	Verbo acción_objeto
		Verbo “I want” – uso del presente con 1ª persona
	Si yo misma <b>soy</b> ,	Verbo copulativo (ser, estar, parecer), o existir o haber
		Verbo “I want” – uso del presente con 1ª persona

Mis mayores **sufrirán**.

Verbo acción\_experiencia

Verbo “I want” – uso del futuro con 3ª persona

¿Quién **es**

Verbo copulativo (ser, estar, parecer), o existir o haber

Verbo “I want” – uso del presente con 3ª persona

la chica que **veo**

Verbo de percepción (oír, sentir, ver, oler, saborear...)

Verbo “I want” – uso del presente con 1ª persona

Aquí, tras de mí?

**Guarda** el mal reflejo de

Verbo acción\_objeto

Verbo “I want” – uso del presente con 3ª persona

Alguien que **no soy**.

Verbo copulativo (ser, estar, parecer), o existir o haber

Verbo “I want” – uso del presente con 1ª persona

¿Qué **tengo que intentar**?

Palabra “I want” – necesitar, tener que, haber de, etc.

Verbo acción\_experiencia

Verbo “I want” – uso del presente con 1ª persona

Verbo “I want” – uso de tener que+ infinitivo

¿Cuánto **habrá que ocultar**?

Palabra “I want” – necesitar, tener que, haber de, etc.

Verbo acción\_experiencia

Verbo “I want” – uso del futuro con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de tener que+ infinitivo

<b>Es</b> la imagen	Verbo copulativo (ser, estar, parecer), o existir o haber
	Verbo “I want” – uso del presente con 3ª persona
que alguien <b>vio</b> .	Verbo de percepción (oír, sentir, ver, oler, saborear...)
	Verbo “I want” – uso del pasado con 3ª persona
<b>No es</b> la realidad.	Verbo copulativo (ser, estar, parecer), o existir o haber
	Verbo “I want” – uso del presente con 3ª persona
Cuanto más <b>reflejo</b> yo	Verbo acción_experiencia
	Verbo “I want” – uso del presente con 1ª persona
Toda la verdad.	
Padre Mulán	<i>Vaya, vaya. Qué flores tan bonitas tenemos este año. Pero mira, ésta es tardía. Seguro que, cuando haya crecido, será bella, la más hermosa de todas...</i>

Tras confirmar la muestra exacta de canciones, y realizar esta primera codificación verbal (que también ha sufrido cambios y ajustes sobre la marcha), hemos vuelto a visionar la canción, con el fin de codificarla según el lenguaje visual, el estilo de comunicación, y finalmente, el sueño en sí y los valores que representa.

#### 4.10.1.3 Herramienta de codificación Atlas.ti

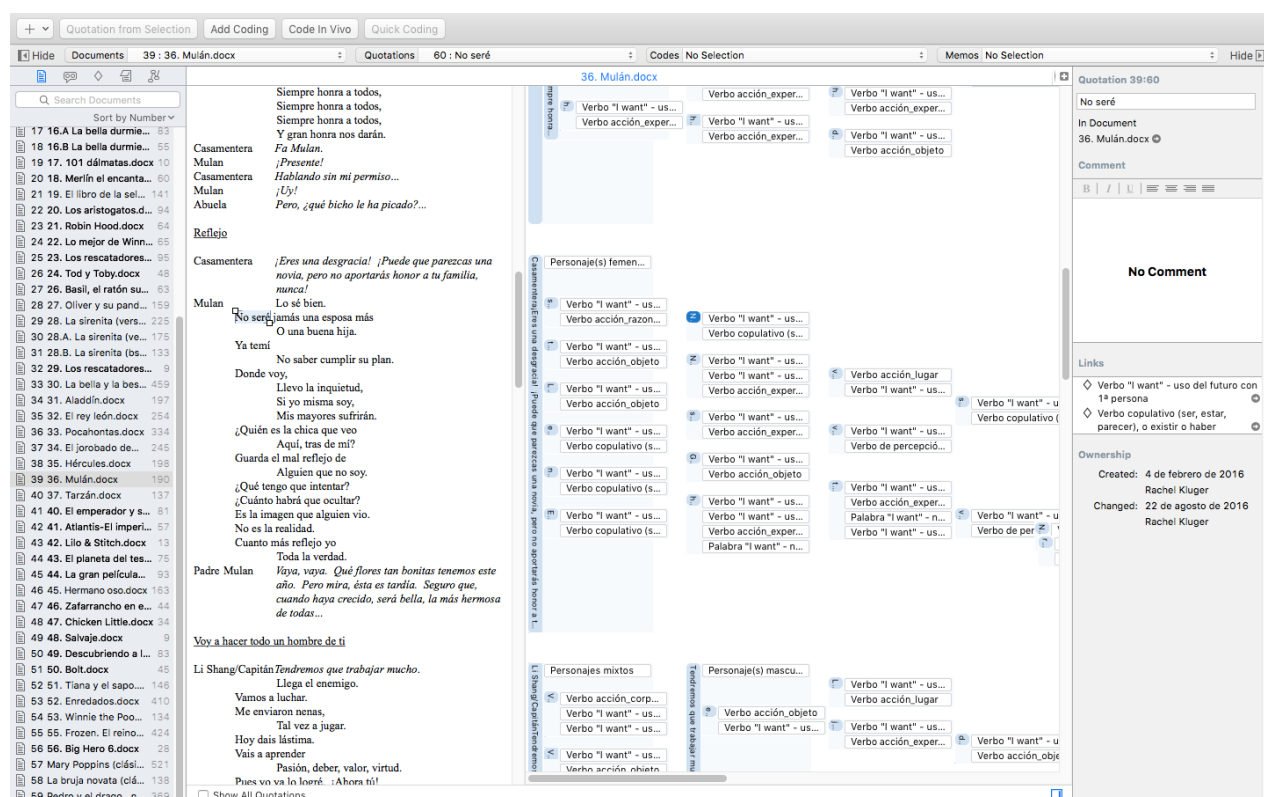
A continuación, mostramos el aspecto de la interfase de dicha herramienta que ha sido utilizada para codificar cada fragmento de contenido. La pantalla que se muestra se corresponde al ejemplo anterior.

En la parte izquierda aparece el listado de películas, para cada una de las cuales hay un documento con todas las canciones transcritas. Cada canción se marca mediante una *quotation* (véase la segunda columna de texto). A su vez, dentro de la canción, se marcan los segmentos de contenido (verbos) mediante códigos (anteriormente creados) dando pie a nuevas *quotations*, que pueden estar anidadas (véase tercera columna de contenido). En



la pantalla de la derecha se indica el contenido de cada elemento seleccionado, en este caso se trata del fragmento de contenido “no seré”, con el número de *quotation* 39:60, asociada a dos códigos: Verbo “I want” de uso del futuro en 1ª persona, y Verbo copulativo (ser, estar, parecer), o existir o haber.

Figura 3. Captura de pantalla de Atlas.ti



Esta estructura de contenido se puede exportar a formato “xml” donde aparecen etiquetas para cada fragmento de contenido, indicando el número de la quotation que posteriormente se relaciona con uno o varios de los códigos creados. De esta forma, se puede trasladar toda esta información a Excel, para su posterior tratamiento.

#### 4.10.2 Codificación a nivel de canción

Así como los códigos verbales se aplican a nivel de ítem en cada canción, los códigos de valores, deseos, estilo de comunicación, etc, se realizan a nivel de canción completa. A continuación, ponemos ejemplos con las codificaciones utilizadas.

#### 4.10.2.1 *Codificación visual y del estilo de comunicación*

Durante la mayor parte de nuestro ejemplo, Mulán pasea por el jardín, tranquilamente, luego arrodillándose para rezar, quitándose las joyas, el maquillaje y el peinado. Curiosamente, justo cuando canta, “Si yo misma soy”, es el único momento de mayor actividad, en la que salta a lo largo de la barandilla del pequeño puente, sólo para volver a su paseo lento con la siguiente estrofa. Acaba sentándose debajo de un cerezo en flor, peinándose. Según nuestra clasificación de actividad visual, en conjunto, lleva un nivel de acción física **poco activo**, tirando a **medio**.

Debido a la naturaleza de la escena, que no deja de ser un lamento profundo, concluimos que Mulán utiliza un estilo **Abierto y Dramático**. Expresa muy abiertamente sus sentimientos y preocupaciones. Además, aunque canta para sí misma, lo hace de forma dramática – no como si sobre un escenario, pero sí muy sentida – lamentando que ha decepcionado y deshonrado a su familia por no ser como la sociedad dicta que debe ser una chica.

#### 4.10.2.2 *Codificación del sueño y los valores que representa*

En esta balada, Mulán expresa su deseo de **aportarle honor a su familia**, en lugar de decepcionarla por no cumplir su papel en la sociedad, reconociendo que su forma de ser no se corresponde a lo que se espera de ella. Al aplicarle nuestra clasificación más reducida de sueños, sale como objetivo: **Ayudar a otros**. Los valores – de la escala de Schwartz – que expresa de esta manera, al preocuparse tanto por el bienestar de sus allegados, incluyen la **Benevolencia**, sobretodo, seguida por la **Seguridad, Tradición**, y algo de **Conformidad y Logro**.

#### 4.10.3 *Otros códigos*

Además del resto de la información relativa a su “Clásico” de origen, y todo lo anteriormente recopilado, también anotamos otros aspectos sobre el personaje y la canción, como el tipo de explicitación (**Directa**, Indirecta o Disimulada/Manipuladora), el tipo de personaje (**Héroe/Bueno**, Neutro o Villano), su edad (Infantil, **Juvenil**, Adulto, Anciano), el tipo de ser (**Humano**, Animal, Objeto, En off) y la raza del personaje (Blanco europeo, Árabe, **Asiático**, Hispano, Indio de la India, Indio americano, Mixto). No hemos utilizado la mayor parte de esta información en nuestros análisis, pero claramente se prestaría a otros estudios de muchos tipos.

### 4.10.3.1 Herramienta de codificación en Excel

Para registrar todos estos códigos a nivel de canción, se ha utilizado una tabla en Excel a modo de base de datos general con los siguientes campos:

Cuadro 2. Ejemplo de codificación en Excel

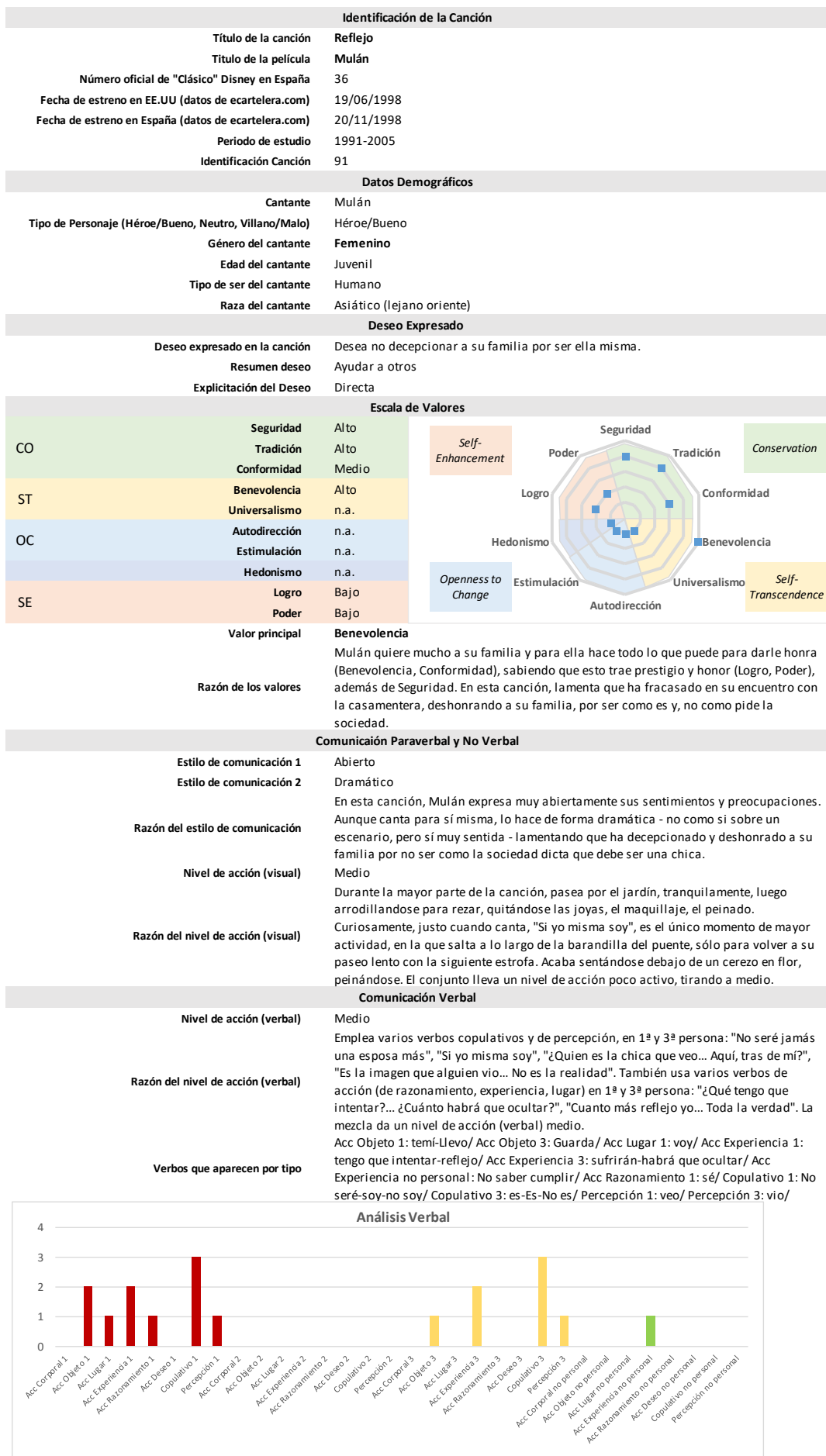
Número de la canción en la muestra	Si se va a usar o no (Si/No)	Deseo	Número doc en atlas ti	Quotation	Título de la película	Número oficial de "Clásico" Disney en España	Fecha de estreno en EE.UU (datos de ecartelera.com)	Fecha de estreno en España (datos de ecartelera.com)	Periodo de estudio		
91	Si	Ayudar a otros	39	q39_2	Mulan	36	19 de junio de 1998	20 de noviembre de 1998	1991-2005		
Título de la canción	Tipo de canción	Tipo de Personaje (Héroe/Buena, Neutro, Villano/Malo)	Cantante	Género del cantante	Edad del cantante	Tipo de ser del cantante	Raza del cantante				
Reflejo	Directa	Héroe/Buena	Mulan	Femenino	Juvenil	Humano	Asiático (lejano oriente)				
Deseo expresado en la canción	Poder	Logro	Universalismo	Benevolencia	Estimulación	Autodirección	Seguridad	Tradicición	Conformidad	Hedonismo	Valor principal
Desea no decepcionar a su familia por ser ella misma.	Bajo	Bajo	n.a.	Alto	n.a.	n.a.	Alto	Alto	Medio	n.a.	Benevolencia
Razón de los valores	Estilo de comunicación 1	Estilo de comunicación 2	Razón del estilo de comunicación	Nivel de acción (visual)	Razón del nivel de acción (visual)	Nivel de acción (verbal)	Razón del nivel de acción (verbal)				
Mulan quiere mucho a su familia y para ella hace todo lo que puede para darle honor (Benevolencia, Conformidad), sabiendo que esto trae prestigio y honor (Logro, Poder), además de Seguridad. En esta canción, lamenta que ha fracasado en su encuentro con la casamentera, deshonrando a su familia, por ser como es y, no como pide la sociedad.	Abierto	Dramático	En esta canción, Mulán expresa muy abiertamente sus sentimientos y preocupaciones. Aunque canta para sí misma, lo hace de forma dramática - no como si sobre un escenario, pero sí muy sentida - lamentando que ha decepcionado y deshonrado a su familia por no ser como la sociedad dicta que debe ser una chica.	Medio	Durante la mayor parte de la canción, pasea por el jardín, tranquilamente, luego arrodillándose para rezar, quitándose las joyas, el maquillaje, el peinado. Curiosamente, justo cuando canta, "Si yo misma soy", es el único momento de mayor actividad, en la que salta a lo largo de la barandilla del puente, sólo para volver a su paseo lento con la siguiente estrofa. Acaba sentándose debajo de un cerezo en flor, peinándose. El conjunto lleva un nivel de acción poco activo, tirando a medio.	Medio	Emplea varios verbos copulativos y de percepción, en 1ª y 3ª persona: "No seré jamás una esposa más", "Si yo misma soy", "¿Quién es la chica que veo... Aquí, tras de mí?", "Es la imagen que alguien vio... No es la realidad". También usa varios verbos de acción (de razonamiento, experiencia, lugar) en 1ª y 3ª persona: "¿Qué tengo que intentar?... ¿Cuánto habrá que ocultar?", "Cuento más reflejo yo... Toda la verdad". La mezcla da un nivel de acción (verbal) medio.				

El ejemplo se corresponde al mismo ejemplo de la canción de la película *Mulan*. Dicha información aparecería en una sola fila en Excel (lo hemos fragmentado para poderlo visionar en este documento). Posteriormente, de cara a los análisis, se ha completado cada registro con todos los fragmentos de contenido codificados procedentes de la importación de Atlas.ti. (a partir de una macro en Excel que traduce el formato XML a celdas Excel). Dicho Excel resultante es la base de datos general a partir de la cual se explota toda la información a analizar y presentar. La forma de presentarlo es a través de las fichas, que veremos a continuación, o mediante lo gráficos y tablas que veremos en el capítulo 6.

### 4.10.3.2 Fichas

Entre los anexos que presentamos en formato electrónico (debido a su gran extensión) pueden encontrar las fichas, en total 241, que hemos creado para cada personaje cantante de cada canción. Estas fichas incluyen todas las clasificaciones y codificaciones aplicadas a la canción, desde los datos de identificación de la película y la canción, los datos demográficos del personaje cantante, los deseos y valores expresados, los estilos de comunicación y nuestro análisis verbal y visual. y Presentamos nuestro ejemplo de "Reflejo", de *Mulan*, para ilustrar esta forma más completa de visionar la información recogida y los análisis que hemos realizado de las canciones individuales. En los próximos capítulos presentamos nuestros análisis conjuntos y comparativos entre dichas canciones, por periodos, y al final, entre todos dichos periodos.

Figura 4. Ejemplo de ficha de canción



#### 4.10.4 Organización de los datos, los análisis y los resultados

Como hemos mencionado anteriormente, tras nuestro trabajo en Atlas.ti (la parte de la recopilación, organización y codificación de los datos relacionados con el análisis verbal), hemos volcado toda la información en Excel, en donde hemos añadido los demás códigos, clasificaciones, etc. Con este programa hemos realizado recuentos, comparaciones y gráficos innumerables, con el fin de presentar nuestros resultados. A continuación, ofrecemos nuestros análisis, primero por épocas, y luego presentados juntos de manera transversal. Dado que nuestra presentación adquiere un aspecto bastante más técnico y detallado que lo visto hasta aquí, explicamos el formato de cada elemento en el próximo subcapítulo, dedicado al primer periodo, que cursa hasta el año 1945.

## 5 Análisis por épocas

### 5.1 Análisis del periodo: Hasta 1945

#### 5.1.1 Canciones incluidas en el periodo

Debido a la duración reducida de este periodo de análisis, la muestra resultante de películas y canciones es también reducida. Sin embargo, nos ha parecido adecuada, ya que supone un inicio más fácil de seguir de cara a la lectura de nuestro análisis.

Para cada periodo estudiado, se empieza con una tabla resumiendo los datos más básicos de las canciones incluidas en dicho periodo. Esta información también aparece en los resúmenes individuales de las canciones del periodo, localizados al final del subcapítulo, pero se presenta la tabla al principio a modo de guía:

El número de la canción en la muestra: Las canciones se han codificado en orden cronológico, tanto referente a las fechas de estreno como referente al orden de las canciones dentro de la película. Por ejemplo, dentro de *Blancanieves y los siete enanitos*, la canción número 1, compuesta por 1A y 1B, “Deseo/Una canción”, tiene lugar antes de la canción número 2, “Mi príncipe vendrá”. En el primer periodo (hasta el año 1945), llegamos hasta la canción número 6, mientras que la primera canción del segundo periodo de tiempo (1946-1960) lleva el número 7 y, así sucesivamente. Por otra parte, se realizan análisis separados para cada uno de los personajes/locutores cantantes de cada canción, dado que pueden tener distinto género, edad, valores. Se añade una letra (en orden alfabético) al número para distinguir entre ellos. Un ejemplo de esto ocurre en la canción número 5, “Sin hilos”, dentro de *Pinocho*, donde cantan Pinocho (5A) y las Marionetas (5B). Esta codificación supone la forma más utilizada de este estudio para la identificación rápida de las canciones.

El título de la película: En este estudio siempre se utiliza el título en español tal y como ha llegado a público español. Salvo en casos muy excepcionales, ni siquiera se mencionarán los títulos que se han publicado en otros países de habla hispana, por no crear confusión.

El número de “Clásico” Disney: Aquí se emplea solamente la numeración asignada a los “Clásicos” en España, de nuevo, para evitar confusión.

Las fechas de estreno en EE. UU. y en España: Estas fechas nos sirven de referencia histórica.

El título de la canción: Se ofrece el título de la canción, aunque por no dar lugar a equivocación – sobre todo cuando hay más de un cantante – se recomienda referirse mejor a los números asignados a cada voz cantante de cada canción (el número de la canción en la muestra).

El nombre del cantante: Se ofrece el nombre del cantante, si lo tiene. Si no tiene nombre, se ofrece una descripción, como en el caso de las Marionetas (5B). El cantante también puede ser un coro o cantante en off, lo cual siempre se indica aquí.

El género del cantante: Se presenta el género del cantante, sea femenino, masculino, mixto o indeterminado.

El tipo de personaje: Se distingue entre héroe/bueno, neutro y villano/malo. Para esto, suelen ser fáciles de identificar los buenos (normalmente los protagonistas) y los malos. En el caso de los neutros, éstos se refieren a aquellos personajes que representan lo “normal” de la sociedad. Suelen desempeñar papeles secundarios y no se identifican ni de muy buenos ni de muy malos. Rara vez cantan solos en estas canciones, sino que, normalmente cantan en coro, reflejando los deseos habituales de la sociedad.

A continuación, se incluyen las canciones seleccionadas, que cumplen los criterios establecidos para su análisis, para este primer periodo, hasta el año 1945.

El análisis por género se realiza diferenciando femenino, masculino, indefinido y género mixto. Según se observa, en esta época no aparecen canciones de género mixto ni indefinido.

Dentro del análisis de género, se incluyen personajes de tipo: héroe/bueno y neutro. Para este periodo, el único que aparece de tipo: villano, se analiza de forma separada, pues muestra unos deseos y valores característicos de dicho grupo.

Cuadro 3. Listado de canciones y datos relevantes para la primera época

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
1A	Deseo/Una canción	Blancanieves y los siete enanitos	1	04/02/ 1938	06/10/ 1941	Blancanieves	F	H/B	Blancanieves desea que aparezca el amor de su vida. Desea enamorarse de un hombre y vivir feliz.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
1B	Deseo/Una canción	Blancanieves y los siete enanitos	1	04/02/1938	06/10/1941	Príncipe	M	H/B	El príncipe desea que Blancanieves corresponda a su amor.
2	Mi príncipe vendrá	Blancanieves y los siete enanitos	1	04/02/1938	06/10/1941	Blancanieves	F	H/B	Blancanieves espera que "su amor" (el Príncipe que conoció) vuelva y esté con ella.
3	El deseo de Geppetto	Pinocho	2	09/02/1940	07/02/1944	Geppetto	M	H/B	Geppetto pide "que la estrella lo haga a mi Pinocho un niño de verdad".
4A	Hey-dili-di-di	Pinocho	2	09/02/1940	07/02/1944	Honrado Juan	M	V/M	El "Honrado" Juan intenta convencerle a Pinocho a acompañarle, en lugar de ir al colegio, para poder aprovecharse de él.
4B	Hey-dili-di-di	Pinocho	2	09/02/1940	07/02/1944	Pinocho	M	H/B	Pinocho se anima a esperar vivir una vida de libertad y diversión.
5A	Sin hilos	Pinocho	2	09/02/1940	07/02/1944	Pinocho	M	H/B	Pinocho expresa lo que es la maravilla de vivir libre de ataduras ("sin hilos").
5B	Sin hilos	Pinocho	2	09/02/1940	07/02/1944	Marionetas	F	N	Las marionetas desean que Pinocho corresponda a su "amor" (les gusta porque no tiene hilos)
6	Hijo mío	Dumbo	4	31/10/1941	25/09/1944	Señora Jumbo	F	H/B	La Señora Jumbo sólo desea proteger y quedarse junto a Dumbo.

(1): Número de canción de la muestra. (2): Número de "Clásico". (3): Género: F: Femenino; M: Masculino; Mix: Mixto.

(4): Tipo de personaje: H/B: Héroe/Bueno; V/M: Villano/Malo; N: Neutro

### 5.1.2 Principales evidencias encontradas

Los análisis realizados muestran las siguientes conclusiones para el periodo de estudio. En la tabla se puede apreciar en horizontal el género estudiado y en vertical el análisis (Actividad según verbos, Deseos y valores, y Estilo de comunicación)

- En resumen, podemos apreciar como el género femenino muestra un modo "pasivo" a nivel verbal, para referirse a deseos asociados al amor, con valores de seguridad y logro y, con un estilo de comunicación principalmente relajado.
- En contraposición, el género masculino muestra un modo "activo medio" en sus expresiones verbales, para referirse a valores relacionados con el logro, estimulación y autodirección principalmente, con un estilo de comunicación sobre todo atento, animado y amistoso.
- Aunque la muestra de "villanos" se reduce a una sola canción, destaca el uso de un modo "activo medio" para referirse a valores de poder, con un estilo de comunicación dramático y dominante.



- Por último, indicar la evidencia del mayor uso, por parte del género femenino, de las formas futuras sobre el masculino.

Cuadro 4

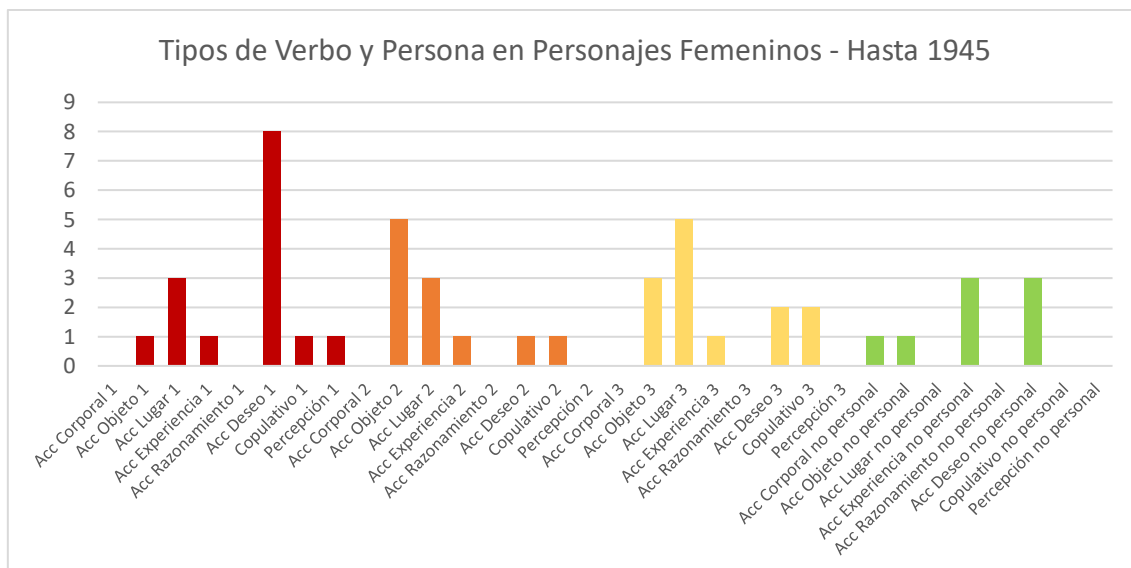
		Resumen de Evidencias Periodo hasta 1945		
		Análisis Verbal Actividad-Pasividad	Análisis Deseos-Valores	Análisis Estilo de Comunicación - Explicitación
Femenino	1ªPersona	Predomina la actitud Pasiva	Predominan los deseos asociados al amor a través de los valores de seguridad y logro.	Predominan los estilos de comunicación relajado y abierto. La explicitación es directa.
	2ªPersona	La 2ª Persona asume la Actividad		
	3ªPersona	La 3ª Persona asume la Actividad		
	No Personales	Escasa actividad		
Masculino	1ªPersona	Predomina la actitud Activa Media	Predominan los deseos asociados a valores de logro, estimulación y autodirección.	Predominan los estilos de comunicación atento, animado y amistoso. En explicitación predomina la directa.
	2ªPersona	Escaso uso pero con dominancia		
	3ªPersona	Combina uso descriptivo y pasivo		
	No Personales	Refleja actividad		
Mixto	1ªPersona	Sin Personajes Mixtos en la muestra de este periodo		
	2ªPersona			
	3ªPersona			
	No Personales			
Villanos	1ªPersona	Predomina la actitud Activa Media	Predominan los deseos asociados a valores de poder.	Predominan los estilos de comunicación dramático y dominante. En explicitación predomina la disimulada / manipuladora.
	2ªPersona	No se usa		
	3ªPersona	Predomina el uso descriptivo		
	No Personales	Escasa actividad		
	Uso del Tiempo	Femenino visualiza acciones futuras en 3ª persona		

En las siguientes páginas se muestran los resúmenes analizados canción a canción, así como los análisis que detallan dichas evidencias. Cabe destacar, ahora en este primer periodo, que los gráficos se organizan, con el eje vertical representando la suma total de casos encontrados en la etapa (datos en bruto), mientras que el eje horizontal enumera los distintos tipos de verbos, alineados en orden de actividad/pasividad, más la persona verbal empleada (1ª, 2ª, 3ª o forma no personal).

### 5.1.3 Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos

#### 5.1.3.1 Evidencias actividad/pasividad género femenino

##### Gráfico 5.1.1



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género femenino:** Predomina la actitud pasiva, por el uso de verbos más pasivos de deseo (deseo, quiero...) en primera persona. Apoya la idea de que los personajes femeninos en esta primera época se expresan de manera pasiva o muy pasiva, sobretudo en el caso de la 1A de *Blancanieves y los siete enanitos*.

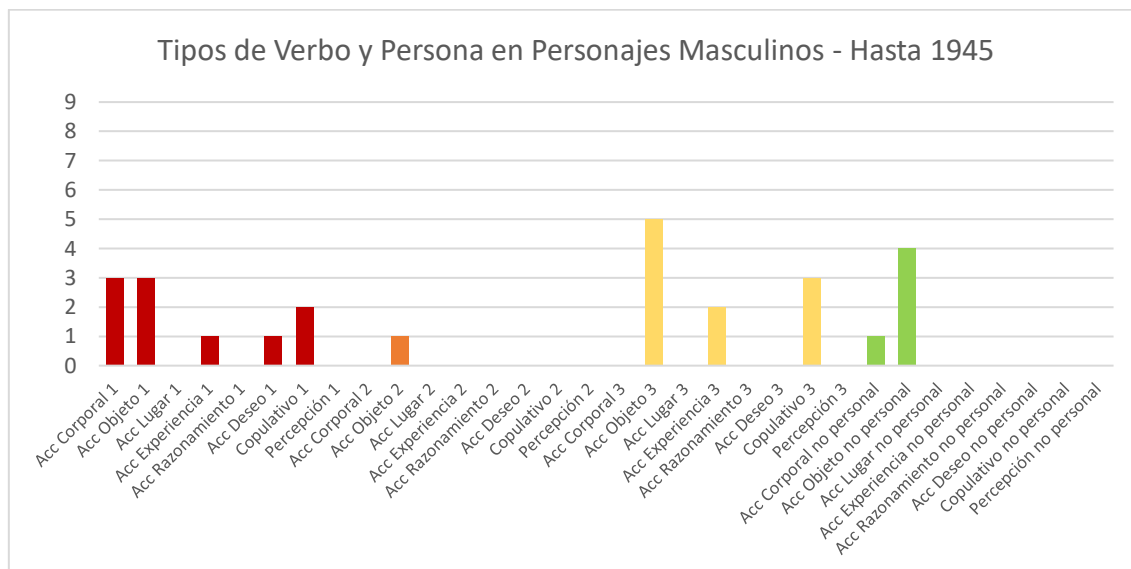
**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género femenino:** Utiliza verbos de acción más activos: objeto (oyes repetir...), lugar (ven mi amor). Esto denota que es la segunda persona la que asume la actividad, por lo cual, sigue resultando pasivo el discurso. De todas maneras, en el caso de la 6 de *Dumbo*, el uso repetido del imperativo refleja un deseo de parte del cantante, cosa que implica un nivel menos elevado de pasividad.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género femenino:** Predomina la actitud pasiva al utilizar los verbos de lugar (que venga, un día volverá...) y objeto (me entregue). Esto denota que es la tercera persona la que asume la actividad, a pesar, por ejemplo, del uso del subjuntivo en la 1A de *Blancanieves y los siete enanitos*, que expresa un deseo por parte del cantante y supone un acercamiento a la 3ª persona.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género femenino:** Utiliza verbos de experiencia (prendido, sufrir...) y de deseo (quererme...). El uso de formas no personales resta actividad del cantante (que siempre se supone en 1ª persona), a pesar de un escaso uso de verbos activos en dicha forma.

### 5.1.3.2 Evidencias actividad/pasividad género masculino

Gráfico 5.1.2



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género masculino:** Predomina la actitud activa media, por el uso de verbos de acción corporal (canto, puedo andar...) y de objeto (divisé, tenía...). Esto implica un contraste significativo con la actitud de los personajes femeninos en los “Clásicos” de este mismo periodo. Sólo en la 5A de *Pinocho* emplean verbos copulativos, por ejemplo.

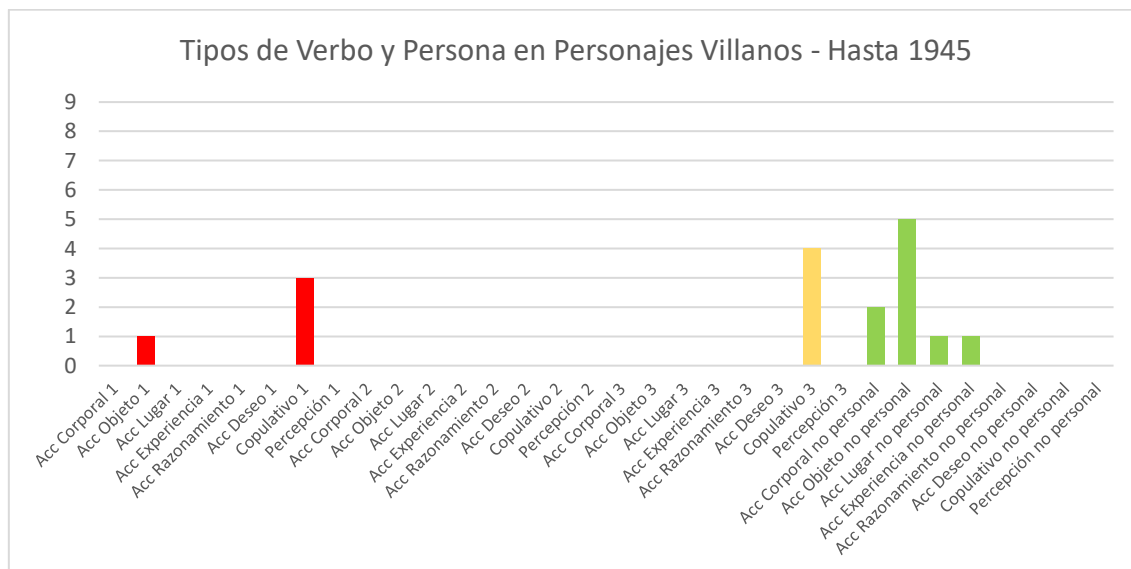
**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género masculino:** Utiliza muy poco esta forma, tan sólo un imperativo (haz), que denota cierto nivel de intención o deseo, que puede considerarse de dominancia.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género masculino:** Combina la actitud pasiva al utilizar los verbos de objeto (te ofrece, maneja...), con verbos de experiencia y copulativos (es, hay...) para descripciones. En conjunto, combina el uso descriptivo y pasivo.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género masculino:** Utiliza verbos activos de objeto (para ofrendarte, amor hecho ternura) y corporal (correr). Esto denota un uso significativo de verbos activos en dicha forma, aunque debido a las formas no personales, no implica actividad por parte del cantante.

### 5.1.3.3 Evidencias actividad/pasividad villanos

Gráfico 5.1.3



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona villanos:** Predomina la actitud activa media, por el uso de verbos de acción corporal (he de comprar...), junto con verbos copulativos (seré, soy...).

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona villanos:** No se utiliza esta forma.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona villanos:** Utiliza verbos copulativos (es, es...) para descripciones. Predomina un uso descriptivo, lo cual no afecta mucho el conjunto.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” villanos:** Utiliza verbos activos de objeto (comprar, pagar...) y corporal (cantar, bailar). Esto denota un uso significativo de verbos activos en dicha forma, pero por ser en formas no personales, tampoco implica mucha actividad directamente intencionada de parte del cantante.

### 5.1.3.4 Evidencias uso del tiempo, género femenino y masculino

**Evidencia de uso del tiempo:** en género femenino se utiliza más el futuro que en masculino. Esto se debe a una mayor visualización de acciones futuras en femenino, especialmente en tercera persona (se realizará, un día volverá, vendrá). En cambio, en

género masculino se basa en el presente (puedo andar, canto, estoy enamorado, soy...), sin ningún uso del futuro, lo cual resulta más descriptivo que intencionado en este caso.

Gráfico 5.1.4

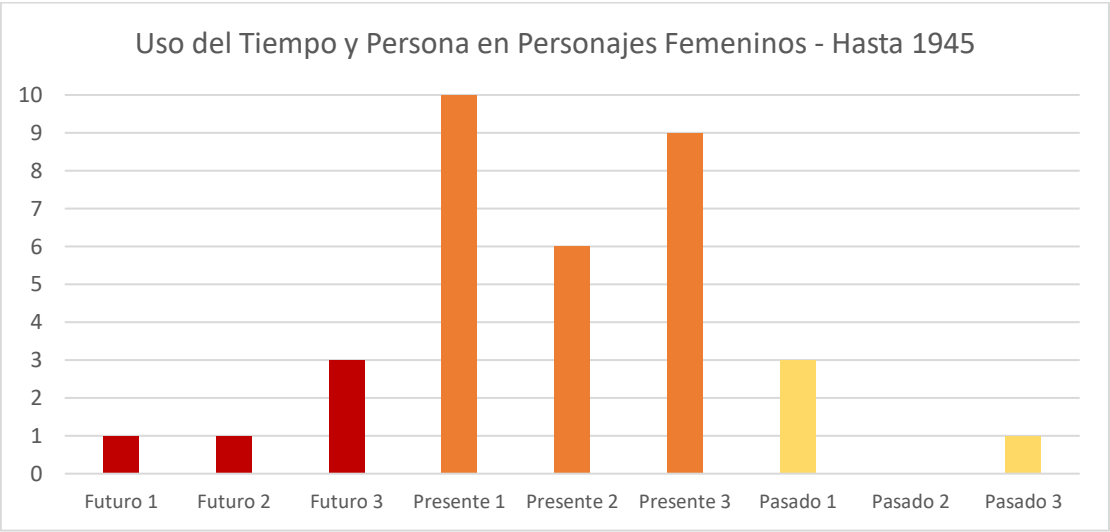
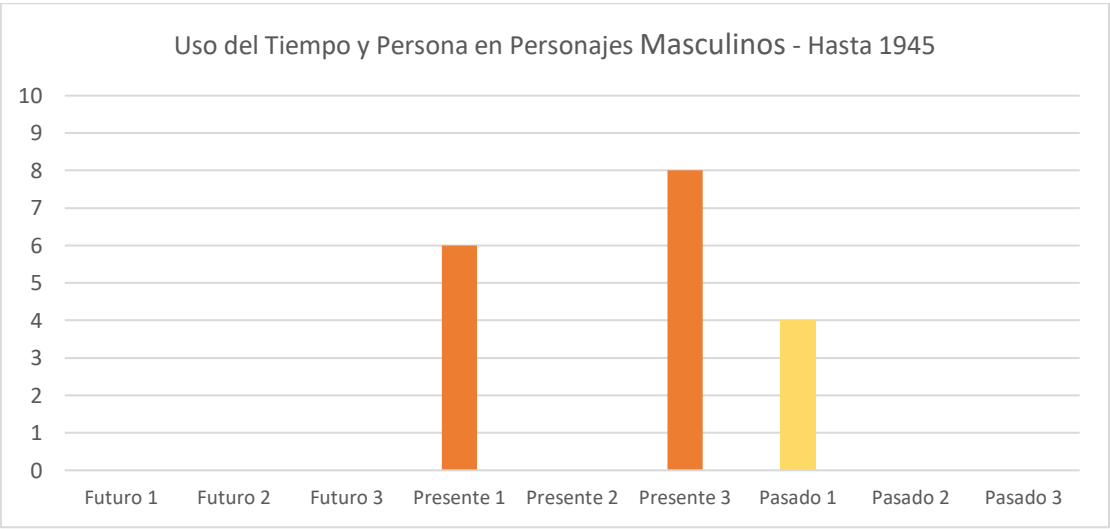


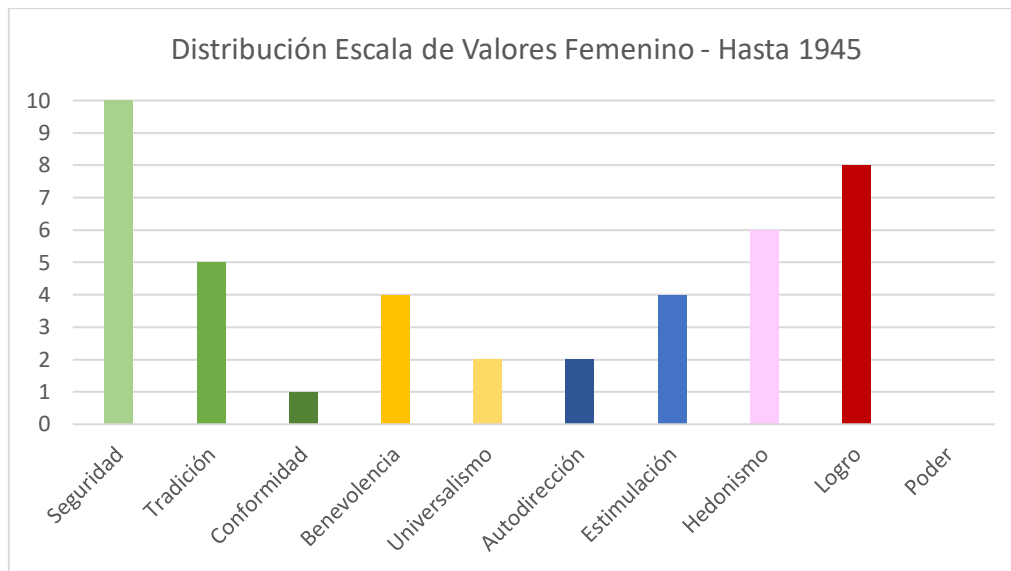
Gráfico 5.1.5



5.1.4 Análisis de los deseos según la escala de valores

5.1.4.1 Análisis de los deseos según la escala de valores en género femenino

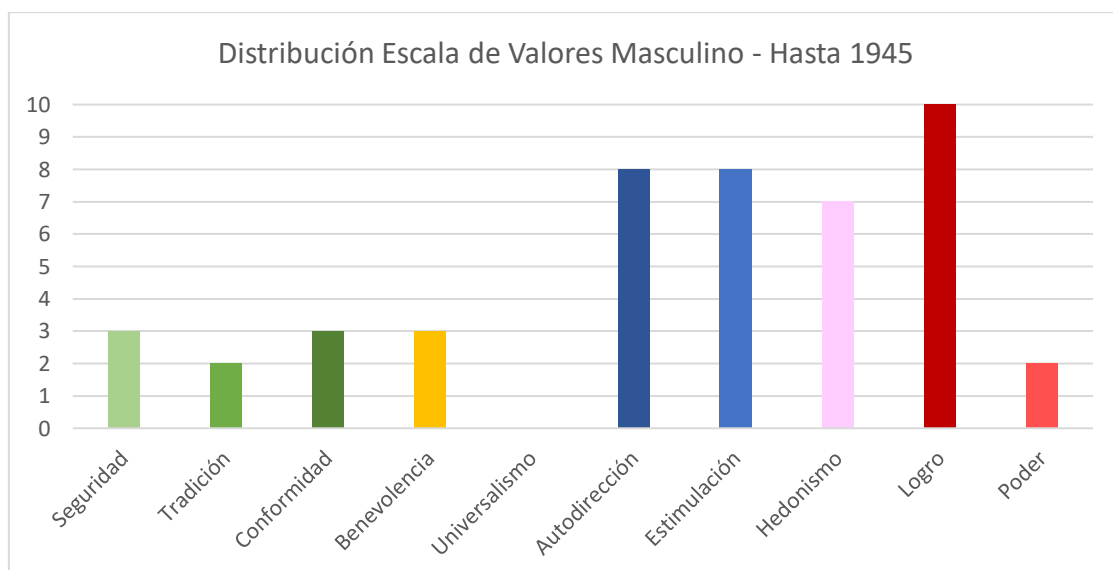
Gráfico 5.1.6



**Evidencia deseos-valores género femenino:** Predominan los deseos asociados al amor, a través de los valores de seguridad y logro. De hecho, en los cuatro ejemplos, expresan algún tipo de amor: En la 1A y la 2, expresan un amor romántico, en la 5B, un amor más asociado al logro y, en la 6, un amor maternal.

#### 5.1.4.2 *Análisis de los deseos según la escala de valores en género masculino*

Gráfico 5.1.7

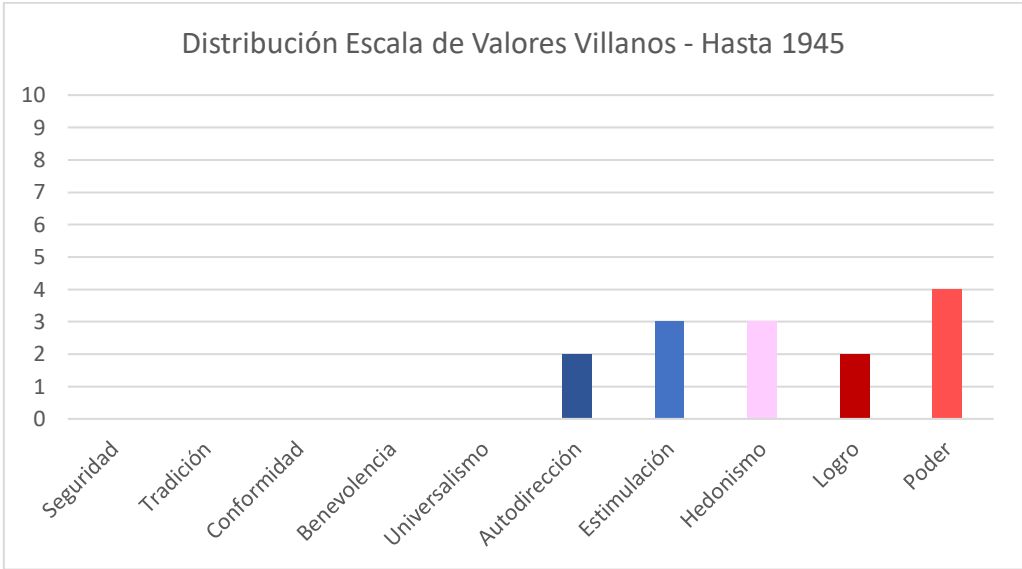


**Evidencia deseos-valores género masculino:** Predominan los deseos asociados a valores de logro, estimulación y autodirección. En este caso, la 1B y la 3 expresan el amor, romántico y paternal, en ese orden, mientras que la 4B y la 5A muestran valores más

relacionadas con el gozo/hedonismo (la primera) y la independencia /autodirección (la segunda).

### 5.1.4.3 *Análisis de los deseos según la escala de valores en villanos*

Gráfico 5.1.8

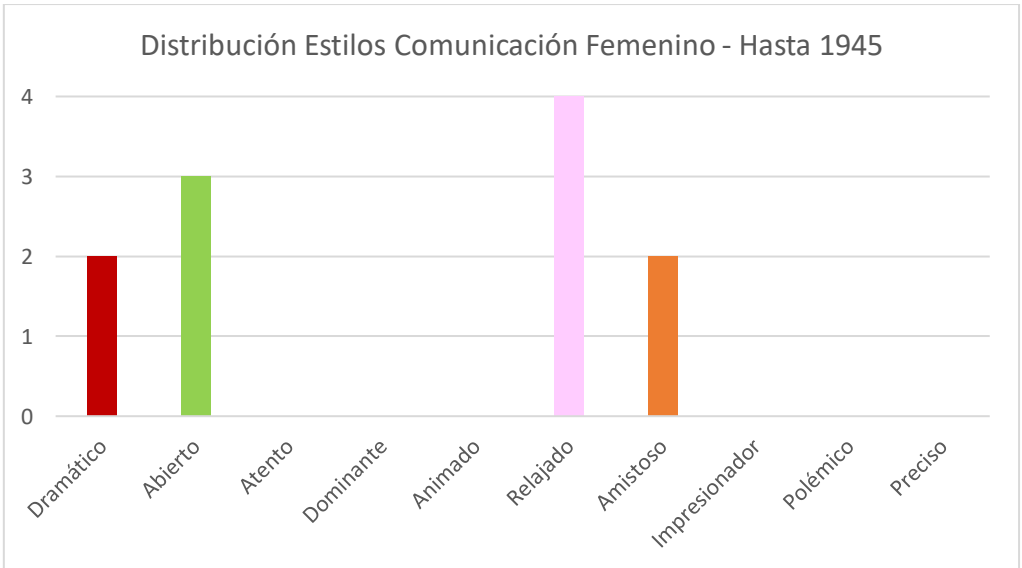


**Evidencia deseos-valores villanos:** Predominan los deseos asociados a valores de poder, ya que, en este caso, el personaje (el Honrado Juan) intenta manipular a Pinocho para poder sacar provecho de él.

### 5.1.5 *Análisis del estilo de comunicación*

#### 5.1.5.1 *Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género femenino*

Gráfico 5.1.9

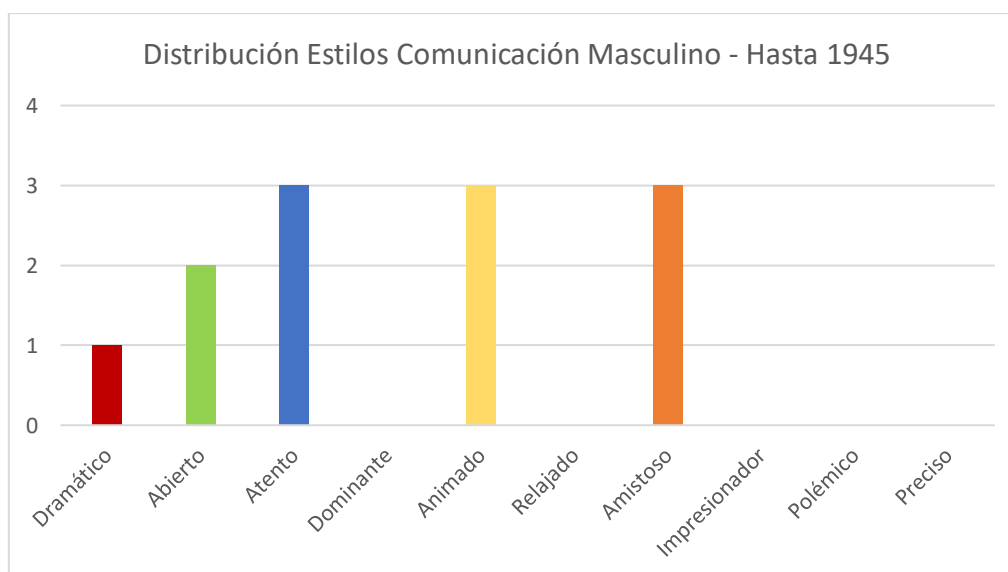


**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género femenino:** Predominan los estilos de comunicación relajado y abierto. La explicitación es directa. Comparten sus sentimientos abiertamente y, en ocasiones, con desconocidos. El caso del estilo dramático – en la 5B, “Sin hilos”, se sale un poco de la norma, dado que se trata de marionetas dirigidas por algún ser humano sobre el escenario con el fin de impresionar al público.

**Evidencia nivel de acción visual:** Destaca en las canciones 1A y 2 la medida en la que el personaje cantante (Blancanieves) adopta una actitud pasiva (la primera) y muy pasiva (la segunda). En ambas canciones, canta muy tranquilamente, sin apenas moverse. La mayor diferencia entre las dos canciones es el hecho de que, en la primera, se encuentra de pie y, en la segunda, se encuentra sentada. La canción 6 se percibe como de un nivel de acción medio, dado que la Sra. Jumbo coge a Dumbo con la trompa, delicadamente, a través de los barrotes de su vagón y, se dedica a mecer al pequeño elefante. Por último, en la canción 4B, las marionetas bailan muy enérgicamente por el escenario, dando un nivel de acción visual muy activo. Entre los cuatro ejemplos, el conjunto resulta poco activo, o incluso, pasivo, teniendo en cuenta que la acción de las marionetas en la 4B es artificial. El conjunto coincide con un estilo de comunicación predominantemente relajado y abierto.

#### 5.1.5.2 *Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género masculino*

Gráfico 5.1.10



**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género masculino:** Predominan los estilos de comunicación atento, animado y amistoso. En explicitación predomina la

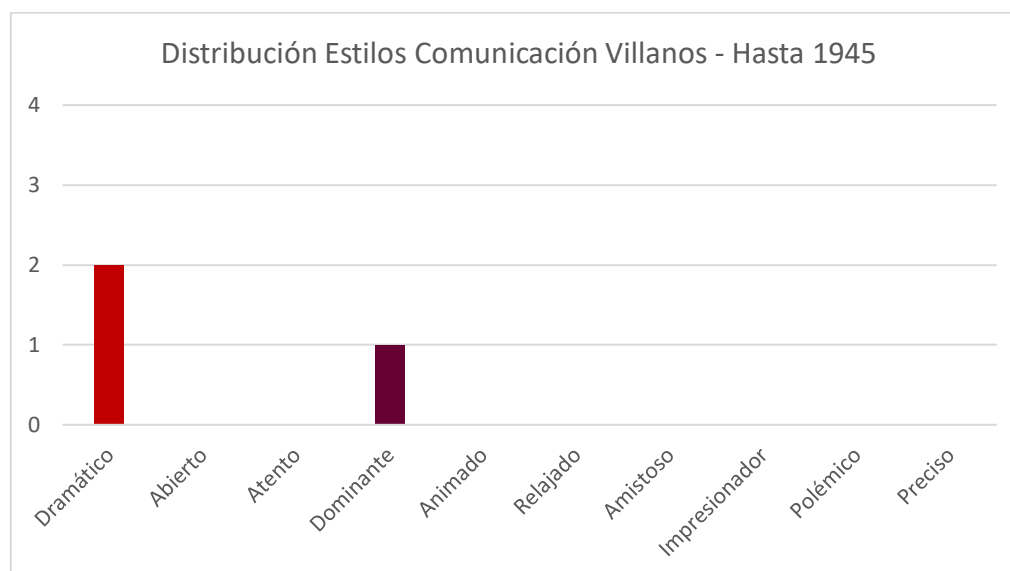


directa. Sale un poco de la norma el caso de la 5A, “Sin hilos”, dado que, en esta canción, Pinocho está actuando sobre un escenario delante de un público, cantando y bailando lo que se le ha ordenado. El personaje se ve manipulado también en “Hey-dili-di-di”, la 4B, pero en ese caso, su estilo de comunicación atento y animado es más sincero o natural.

**Evidencia nivel de acción visual:** En la canción 1B, el Príncipe se acerca lenta y atentamente al pozo donde se encuentra Blancanieves, con el fin de declarar su amor sin asustar a la joven, dando lugar a un nivel de acción poco activo. En el caso de Geppetto, en la canción 3, resulta pasivo, porque pasa de estar arrodillado, luego rezando y arropándose para dormir, todo muy suavemente. En cambio, en las canciones 4B y 5A, Pinocho se muestra activo y muy activo, marchando muy animado por el pueblo en la primera y luego bailando muy enérgicamente sobre el escenario en la segunda. Los ejemplos más tranquilos y pasivos concuerdan con los estilos amistoso, abierto y atento, mientras que los ejemplos más activos concuerdan con los estilos de comunicación animado y dramático. Llama la atención el hecho de haber de ambos extremos entre los personajes masculinos de esta pequeña muestra.

### 5.1.5.3 *Análisis del estilo de comunicación y explicitación en villanos*

Gráfico 5.1.11



**Evidencia estilo de comunicación-explicitación villanos:** Predominan los estilos de comunicación dramático y dominante. En explicitación, predomina la disimulada/manipuladora. Esto se debe a que el Honrado Juan emplea esta canción para

manipularle a Pinocho para que le acompañe sin rechistar, de cara a su objetivo real, que es sacar provecho de él.

**Evidencia nivel de acción visual:** Merece la pena visionar este único ejemplo de una canción cantada por un villano en este periodo, porque junta la manipulación con un estilo dramático y dominante y un nivel de acción visual muy activo, claramente con la intención de animar al ingenuo Pinocho a hacer lo que se le ofrezca. Que el Honrado Juan se dedique a marchar enérgicamente por el pueblo, agitando su bastón, como si encabezara un desfile, resulta como poco, inquietante, para el público que es consciente de sus intenciones.

#### 5.1.6 Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico

Las principales conclusiones del “qué”: los valores y, el “cómo”: la forma en la que se expresan, en las canciones de los clásicos del periodo Disney analizado:

- El qué (los sueños y los valores que representan): Por lo general, en esta primera muestra correspondiendo al periodo terminando en el año 1945, se observa que los personajes femeninos reflejan deseos de amor – sea romántico, de logro o maternal – implicando los valores logro y seguridad – mientras que los personajes masculinos reflejan una mezcla de valores, predominando el logro, la estimulación y la autodirección (más el poder, en el caso del villano).
- El cómo (los estilos de comunicación y los niveles de actividad/pasividad verbal y visual): En cada caso, los estilos de comunicación y la actividad/pasividad verbal y visual también concuerdan con los sueños y los logros que representan. No es sorprendente que los personajes femeninos utilicen un lenguaje poco activo, pasivo o muy pasivo para expresar estos sueños concretos, además en esta época histórica. Destacan los personajes masculinos que muestran un nivel de acción (visual y verbal) poco activo o pasivo, como en los casos del Príncipe en *Blancanieves y los siete enanitos* o Geppetto en *Pinocho*, aunque estos niveles de acción concuerdan con los sueños y valores expresados.

Para comentar sobre el contexto histórico de la sociedad española durante esta época – también llamando la atención a los mismos aspectos durante la Segunda República, previa a la Guerra Civil Española) – a continuación, resumimos brevemente algunos aspectos relevantes. Respecto a los roles asumidos, mientras durante la Segunda República, las mujeres se incorporaron a la educación y la política, y las propias circunstancias de la Guerra Civil Española obligaron a las mujeres a asumir roles de valores en el trabajo y la

educación, los primeros años de la dictadura franquista supondrían un esfuerzo por volver a roles más conservadores y antiguos, en parte debido al miedo al presunto riesgo de la masculinización de la mujer que aspira a tener los mismos derechos que el varón. Dentro del marco legislativo, la igualdad jurídica entre género y clases, más el reconocimiento del matrimonio civil y la legalidad del divorcio del a Constitución del 31, dejaron de existir. El Fuero del Trabajo (1938), una de las Leyes Fundamentales del franquismo, de cara a la mujer, procuraba “aliviarle” la necesidad de trabajar, para que pudiera encargarse del hogar y de la familia. Se volvió al enfoque “natalista” desde la idea de la maternidad/paternidad controlada de la Segunda República, y se eliminó los colegios mixtos, o en casos de colegios pequeños con poco alumnado, se creó la separación de niñas y niños en horarios diferenciados. La ley de Responsabilidades Políticas del 39 empezó a purgar a aquellos trabajadores de la cultura que no fueran falangistas, para que todos los medios procedieran de la misma ideología “nacionalcatólica”. Aun así, se consolidaron dos facciones diferenciadas en la forma de pensar en cuanto a los valores de hombres y mujeres, creando asociaciones femeninas en ambos casos, coincidiendo con las dos orientaciones políticas: los simpatizantes republicanos que abogaban por una mujer más autónoma y libre, vs. los defensores de una sociedad católica, tradicional y patriarcal.

	<b>“Hombre</b>	<b>Mujer</b>
<b>Misión</b>	Dirigir.	Ayudar, colaborar.
<b>Ámbito de actuación</b>	Externo: trabajo en oficinas, mundo político...	Interior, hogar.
<b>Valores característicos</b>	Disciplina: ordenar y obedecer. Virilidad. Competitividad. Conquistar. Actividad.	Sumisión. Feminidad: suavidad, dulzura, pureza de pensamientos, de costumbre. Abnegación. Sin iniciativas propias. Pasividad. Sentido de la belleza.
<b>Fin natural</b>	Trabajo.	Maternidad.
<b>Heroísmo</b>	Morir por la patria. Realizar hechos extraordinarios.	Vivir heroicamente: constante abnegación de todos los días, hacer bien todos los días lo que tengan que hacer.

<b>Servicio a la patria</b>	Aportando ideas, valor, conquistas, llevando la dirección de la política.	Preparándose para formar familia donde se formen las nuevas generaciones.”
-----------------------------	---	--

(Agullo Díaz, 1990, p. 19)

Respecto a Disney, previo a, y durante la Segunda Guerra Mundial, la productora experimentó altibajos económicos por los gastos sin precedentes de sus largometrajes animados producidas con las nuevas tecnologías de la época (*Blancanieves y los siete enanitos*, *Pinocho*, *Fantasía*, *Dumbo*, *Bambi*). El final de la Guerra supuso el final de los “Clásicos” propagandísticos y la vuelta a películas con fuentes literarias más tradicionales.

Reflexionamos sobre posibles paralelismos o diferencias entre los mensajes de las películas de Disney y la sociedad española durante esta primera época: Si se considera que el primer largometraje animado “Clásico” de Disney se estrenó en España en el año 1940, los sueños y valores expresados por los personajes héroes/buenos y neutros parecen reflejar lo impuesto por el régimen durante dicha época. A diferencia de los papeles femeninos del cine de la época, que eran más emancipados (y los masculinos caballerosos), el predominio de personajes femeninos de Disney con deseos de amor romántico o materno les relegó a un espacio doméstico y hogareño, apoyando los valores de la seguridad y la benevolencia que la Falange atribuía al género femenino. En *Blancanieves y los siete enanitos*, Blancanieves muestra una imagen de niña inocente deseosa de encontrar el amor de su vida; es más, se expresa de forma muy pasiva, implicando que debe esperar hasta que su amor se presente a ella. La Sra. Jumbo, en *Dumbo*, expresa su intención de proteger a su pequeño hijo de manera un poco más activa, pero físicamente reprimida y literalmente encadenada. En cambio, con la excepción de Geppetto, en *Pinocho*, que desea que su marioneta se convierta en niño real para que pueda ser padre, los personajes de género masculino muestran más deseos de aventuras y la buena vida, lo cual concuerda con el papel más productivo y autoritario que se esperaba de los varones durante ese periodo en España, aunque guardando el caballerismo de antaño.

## 5.2 Análisis del periodo: 1946-1960

### 5.2.1 Canciones incluidas en el periodo

A continuación, se incluyen las canciones seleccionadas, que cumplen los criterios establecidos para su análisis, para este segundo periodo, de 1946 a 1960. Se observa que la muestra ( $n = 37$ ) es notablemente más grande que la del primer periodo. En realidad, se acerca al tamaño medio de aproximadamente 40 cantantes por época, si dividimos los 241 cantantes (las 139 canciones seleccionadas, estudiadas individualmente por cada uno de sus cantantes) contabilizados entre las seis etapas. Debido al volumen tratado a partir de este periodo, no se tratará de comentar específicamente sobre todos los cantantes y canciones de la muestra, sino sobre el conjunto, citando ejemplos o casos destacados, según proceda.

Cuadro 5. Listado de canciones y datos relevantes para la segunda época

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
7A	Canto al amor	Bambi	5	13/08/1942	11/09/1950	Solista en off	M	N	Desea alabar el amor, que es lo que quiere (enamorarse o estar con su amada).
7B	Canto al amor	Bambi	5	13/08/1942	11/09/1950	Solista en off	F	N	Desea alabar el amor, que es lo que quiere (enamorarse o estar con su amada).
7C	Canto al amor	Bambi	5	13/08/1942	11/09/1950	Coro en off	Mix	N	Desean encontrar a quién amar.
8	Lilongo	Los tres caballeros	7	03/02/1945	17/02/1947	Cantantes	M	N	Los cantantes expresan que desean estar y casarse con su "negrita", la Lilongo.
9	Soñar	Cenicienta	12	15/02/1950	19/12/1952	Cenicienta	F	H/B	Cenicienta desea encontrar el amor de su vida.
10 A	Llegó el amor	Cenicienta	12	15/02/1950	19/12/1952	Voz en off (que representa a Cenicienta)	F	H/B	Cenicienta celebra que ha "encontrado" el amor (que se ha enamorado del Príncipe).
10B	Llegó el amor	Cenicienta	12	15/02/1950	19/12/1952	Voz en off (que representa al Príncipe)	M	H/B	El príncipe celebra que ha "encontrado" el amor (que se ha enamorado de Cenicienta).
11	Llegó el amor (reprise)	Cenicienta	12	15/02/1950	19/12/1952	Cenicienta	F	H/B	Cenicienta celebra que ha encontrado el amor de su vida.
12 A	Alicia en el país de las maravillas	Alicia en el país de las maravillas	13	26/07/1951	17/04/1954	Coro en off	Mix	N	Expresan que desean volver a la felicidad del mundo de Alicia (que se puede considerar la ilusión y la imaginación de la infancia).

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
12B	Alicia en el país de las maravillas	Alicia en el país de las maravillas	13	26/07/ 1951	17/04/ 1954	Solista en off	F	N	Expresa que desean volver a la felicidad del mundo de Alicia (que se puede considerar la ilusión y la imaginación de la infancia).
12C	Alicia en el país de las maravillas	Alicia en el país de las maravillas	13	26 de julio de 1951	17 de abril de 1954	Coro en off	M	N	Expresa que desean volver a la felicidad del mundo de Alicia (que se puede considerar la ilusión y la imaginación de la infancia).
13	En mi mundo	Alicia en el país de las maravillas	13	26/07/ 1951	17/04/ 1954	Alicia	F	H/B	Alicia desea disfrutar de su mundo maravilloso imaginario.
14 A	Las rosas hay que pintar	Alicia en el país de las maravillas	13	26/07/ 1951	17/04/ 1954	Naipes/ Jardineros	M	N	Los naipes/jardineros pretenden pintar las rosas de rojo para salvarse la vida, porque de enterarse la Reina de su error, se les hará cortar las cabezas.
14B	Las rosas hay que pintar	Alicia en el país de las maravillas	13	26/07/ 1951	17/04/ 1954	Alicia	F	H/B	Alicia sólo desea ayudar a los naipes para salvarles la vida.
14C	Las rosas hay que pintar	Alicia en el país de las maravillas	13	26/07/ 1951	17/04/ 1954	Reina	F	V/ M	La Reina quiere que les corten las cabezas a los naipes por haber plantado las rosas equivocadas.
14 D	Las rosas hay que pintar	Alicia en el país de las maravillas	13	26/07/ 1951	17/04/ 1954	Coro de naipes	M	N	Cantan según entienden que deben hacerlo, según lo que haya dictado la Reina, en este caso, a degollar a los culpables.
15	Alicia en el país de las maravillas (reprise)	Alicia en el país de las maravillas	13	26/07/ 1951	17/04/ 1954	Coro en off	Mix	N	Desean volver a la felicidad del mundo de Alicia (la infancia).
16 A	Volarás, volarás	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Peter Pan	M	H/B	Peter Pan desea que Wendy y los niños consigan volar para poder viajar el mundo de Nunca Jamás y vivir felices con una madre (Wendy).
16B	Volarás, volarás	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Wendy	F	H/B	Wendy desea volar para poder viajar el mundo de Nunca Jamás y vivir felices y ver a las sirenas en la laguna.
16C	Volarás, volarás	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Juan	M	H/B	Juan quiere volar para poder viajar el mundo de Nunca Jamás y vivir felices y acabar con los piratas.
16 D	Volarás, volarás	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Miguel	M	H/B	Miguel desea volar para poder viajar el mundo de Nunca Jamás y vivir felices y matar a los indios.
16E	Volarás, volarás	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Coro en off	Mix	N	El coro en off desea animar a los niños a volar... y al público adulto a recordar una infancia feliz.
16F	Volarás, volarás	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Coro en off	F	N	El coro en off desea animar a los niños a volar... y al

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
									público adulto a recordar una infancia feliz.
16 G	Volarás, volarás	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Coro en off	M	N	El coro en off desea animar a los niños a volar... y al público adulto a recordar una infancia feliz.
17	Por donde tú vayas (Capturado por los indios)	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Niños perdidos	M	H/B	Los niños perdidos desean hacer una buena formación en batallón - de cara a su guerra con los indios - para quedar bien.
18	Su nombre es Mamá	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Wendy	F	H/B	Con ganas de volver a casa, Wendy pretende calmar a Miguel y a los niños perdidos, animándoles a recordar y apreciar a sus madres.
19 A	El elegante Capitán Garfio	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Capitán Garfio	M	V/ M	El Capitán Garfio desea animar a los niños perdidos a trabajar para él como piratas (lo cual implica aumentar su tripulación y reducir la amenaza de Peter Pan).
19B	El elegante Capitán Garfio	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	Smee	M	V/ M	Smee desea proteger al Capitán Garfio del cocodrilo.
19C	El elegante Capitán Garfio	Peter Pan	14	05/02/ 1953	21/12/ 1954	(Coro de) Piratas	M	V/ M	Los piratas intentan ayudar al Capitán Garfio a animar a los niños perdidos a juntarse a la tripulación.
20 A	Bella note	La Dama y el Vagabundo	15	22/06/ 1955	21/04/ 1957	Tony (y Joe)	M	H/B	Tony y Joe sólo pretenden animar a Reina y Golfo a disfrutar de la velada.
20B	Bella note	La Dama y el Vagabundo	15	22/06/ 1955	21/04/ 1957	Coro en off	Mix	N	Desean animar a los perros (y al público) a amar a sus amados.
21	Es un vagabundo	La Dama y el Vagabundo	15	22/06/ 1955	21/04/ 1957	Peggy	F	H/B	Peggy dice que quisiera "vagar" con Golfo, porque ella lo ama y quiere estar con él.
22	¿Has oído eso? Me pregunto	La Bella Durmiente	16	29/01/ 1959	03/10/ 1960	Princesa Aurora (Rosa)	F	H/B	Aurora desea conocer al amor de su vida - "un alguien" - y que venga a por ella.
23 A	Baile en el bosque, Eres tú el príncipe azul (reprise)	La Bella Durmiente	16	29/01/ 1959	03/10/ 1960	Princesa Aurora (Rosa)	F	H/B	Aurora desea conocer al amor de su vida y, en esta canción, se imagina el momento de conocerse.
23B	Baile en el bosque, Eres tú el príncipe azul (reprise)	La Bella Durmiente	16	29/01/ 1959	03/10/ 1960	Príncipe Felipe	M	H/B	Al principio, el Príncipe Felipe se queda encantado por la voz de Aurora en el bosque. Al verla bailar, queda prendado y desea quedar con ella.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
23C	Baile en el bosque, Eres tú el príncipe azul (reprise)	La Bella Durmiente	16	29/01/ 1959	03/10/ 1960	Coro (que representa a Aurora) en off	Mix	H/B	Representando a Aurora, desean encontrar su media naranja y declararse, para vivir felices.
24	Copas, Discusión real	La Bella Durmiente	16	29/01/ 1959	03/10/ 1960	Estéfano y Huberto	M	N	Los dos reyes desean unir sus dos familias, casando a sus hijos entre ellos.

(1): Número de canción de la muestra. (2): Número de “Clásico”. (3): Género: F: Femenino; M: Masculino; Mix: Mixto.

(4): Tipo de personaje: H/B: Héroe/Bueno; V/M: Villano/Malo; N: Neutro

### 5.2.2 Principales evidencias encontradas

Los análisis realizados muestran las siguientes conclusiones para el periodo de estudio. En la tabla se puede apreciar en horizontal el género estudiado y en vertical el análisis (Actividad según verbos, Deseos y valores, y Estilo de comunicación)

- En resumen, podemos apreciar como el género femenino muestra un modo “pasivo” con algo más de actividad a nivel verbal, para referirse a deseos asociados al amor con valores de seguridad y logro, y también autodirección y estimulación con un estilo de comunicación abierto y amistoso.
- En contraposición, el género masculino muestra un modo “activo” variado en sus expresiones verbales, para referirse a valores relacionados con estimulación, logro y seguridad, con un estilo de comunicación abierto, atento, amistoso y animado.
- El género mixto muestra un modo activo, para referirse a valores de estimulación, seguridad y logro, destacando el uso de universalismo, con un estilo de comunicación abierto y amistoso.
- En villanos predomina la forma activa, para expresar deseos de logro, poder, seguridad y estimulación, con un estilo de comunicación impresionador y aminorado.
- Por último, indicar la evidencia del mayor uso, por parte del género femenino, de las formas futuras sobre el masculino, y del presente en primera persona de este último sobre el femenino.

Cuadro 6



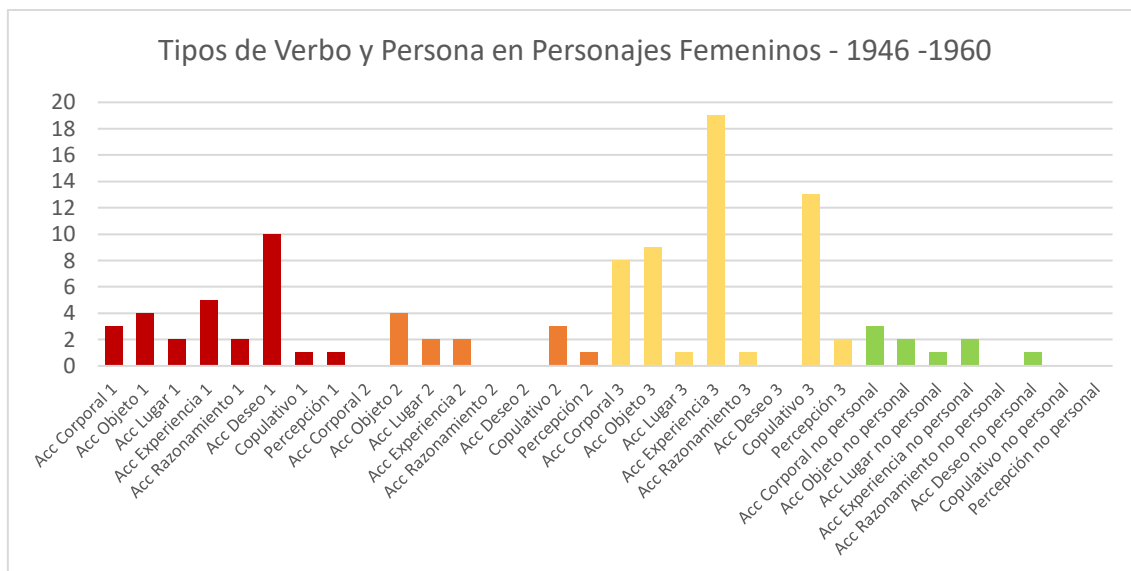
		Resumen de Evidencias Periodo 1946 - 1960		
		Análisis Verbal Actividad-Pasividad	Análisis Deseos-Valores	Análisis Estilo de Comunicación - Explicitación
Femenino	1ª Persona	Predomina la actitud Pasiva pero con algo más de Actividad	Aunque predominan los deseos asociados al amor a través de los valores de seguridad y logro, crece el peso de los valores autodirección y estimulación. La benevolencia y universalismo es superior que en masculino.	Predominan los estilos de comunicación abierto y amistoso. La explicitación es directa.
	2ª Persona	La 2ª Persona asume la Actividad		
	3ª Persona	Menor actividad de la 3ª Persona		
	No Personales	Mayor actividad		
Masculino	1ª Persona	Predomina la actitud Activa con mayor variedad	Predominan los deseos asociados a valores de estimulación, logro y seguridad.	Predominan los estilos de comunicación abierto, atento, amistoso y animado. Señalar la utilización de dramático. En explicitación, utiliza la directa aunque también la indirecta.
	2ª Persona	Uso con Dominancia		
	3ª Persona	Combina uso descriptivo y pasivo		
	No Personales	Refleja actividad		
Mixto	1ª Persona	Predomina actitud activa	Predominan los deseos asociados a valores de estimulación, seguridad y logro. Destaca asimismo el peso de universalismo (puede deberse a la forma de coros).	Predominan los estilos de comunicación abierto y amistoso, con algo de preciso. En explicitación, utiliza la directa aunque también la indirecta.
	2ª Persona	Da protagonismo a la 2ª persona		
	3ª Persona	Menor actividad de la 3ª Persona		
	No Personales	Escasa actividad		
Villanos	1ª Persona	Predomina actitud activa	Predominan los deseos asociados a valores de logro, poder, seguridad y estimulación. Llama la atención el peso de hedonismo, y el uso de benevolencia (los villanos también experimentan este sentimiento respecto a los suyos)	Predominan los estilos de comunicación impresionador y animado. En explicitación predomina la indirecta.
	2ª Persona	No se usa		
	3ª Persona	Predomina el uso descriptivo		
	No Personales	Apenas usan esta forma		
	Uso del Tiempo	Femenino visualiza acciones futuras. Masculino asume protagonismo en presente		

En las siguientes páginas se muestran los resúmenes analizados canción a canción, así como los análisis que detallan dichas evidencias. Al igual que los demás periodos estudiados, los gráficos se organizan, presentando las cifras sin tratar de los casos encontrados de los distintos tipos de verbos, alineados en orden de actividad/pasividad, más la persona verbal empleada (1ª, 2ª, 3ª o forma no personal).

## 5.2.3 Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos

### 5.2.3.1 Evidencias actividad/pasividad género femenino

#### Gráfico 5.2.1



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género femenino:** Predomina la actitud pasiva, aunque con algo más de actividad que en la primera época, por el uso de verbos más pasivos de deseo (soñé, espero...) y, la incorporación o el aumento de aquellos que indican mayor actividad, como los corporales (voy cantando), de objeto (he de buscar) y de experiencia (vamos a intentarlo...) en 1ª persona. Destaca el ejemplo de la canción 16B, de *Peter Pan*, compartido con otros personajes masculinos y mixtos.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género femenino:** Utiliza verbos de acción más activos: de objeto (llevarás...), de lugar (anhelas ir) y de experiencia (podrás encontrar) que pasivos. Esto denota que es la segunda persona la que asume la actividad. Esto ocurre más en *La Cencienta* y *Peter Pan* que en *Alicia en el país de las maravillas* y *La bella durmiente*, donde los verbos utilizados en 2ª persona son copulativos, notablemente más pasivos.

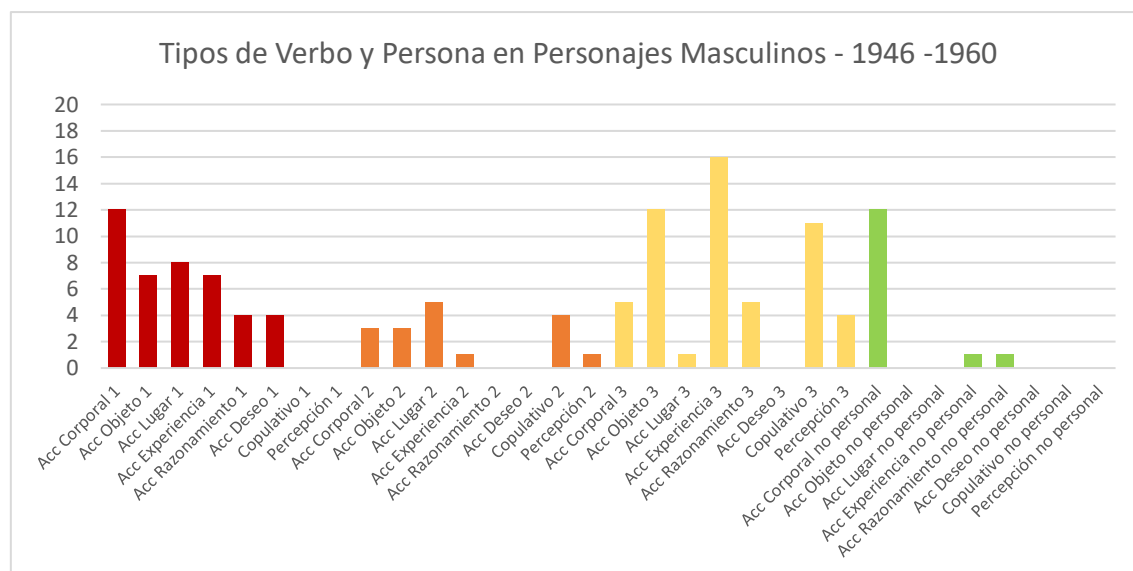
**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género femenino:** Predominan los verbos de experiencia para expresar que dicha experiencia se logra o puede lograrse (se puede cumplir, llegará, ha ocurrido...), aunque también hay numerosos verbos corporales (jugarán, puede volar, entonan...) y de objeto (lucirán, pintan, dio), más otros cuantos verbos copulativos (es, serán, están, hay...), lo cual implica una actividad media por parte de la tercera persona, para el conjunto de estos casos. Resulta descriptivo y resta actividad desde la perspectiva del cantante.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género femenino:** Utiliza verbos de acción más activos en infinitivo: corporal (volar, hablar...), de objeto (prodigar)

y de lugar (viajar) que pasivos. Esto denota un mayor uso verbos activos en dicha forma, en comparación con la muestra de la primera época.

### 5.2.3.2 Evidencias actividad/pasividad género masculino

Gráfico 5.2.2



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género masculino:** Predomina la actitud activa con mayor variedad de tipos de verbo, por el uso variado de verbos de acción corporal (vamos a trabajar, volamos, brincaré...), de objeto (tengo, hallé...) o de lugar (voy, subo...). A continuación, vendrían los de experiencia (nos tenemos que casar) y, por último, los más pasivos como los de deseo (quiero). Cabe destacar que esta tendencia se refleja a través de todos los “Clásicos” estudiados de este periodo y, casi todas las canciones analizadas (para el cantante de género masculino empleando la 1ª persona en la canción).

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género masculino:** Utiliza esta forma con predominio del imperativo (vente, ven a mirar, apréndete, ...) y el subjuntivo (brinques, vayas, te hagas...) que indica intención o deseo por parte del cantante. También puede reflejar dominancia.

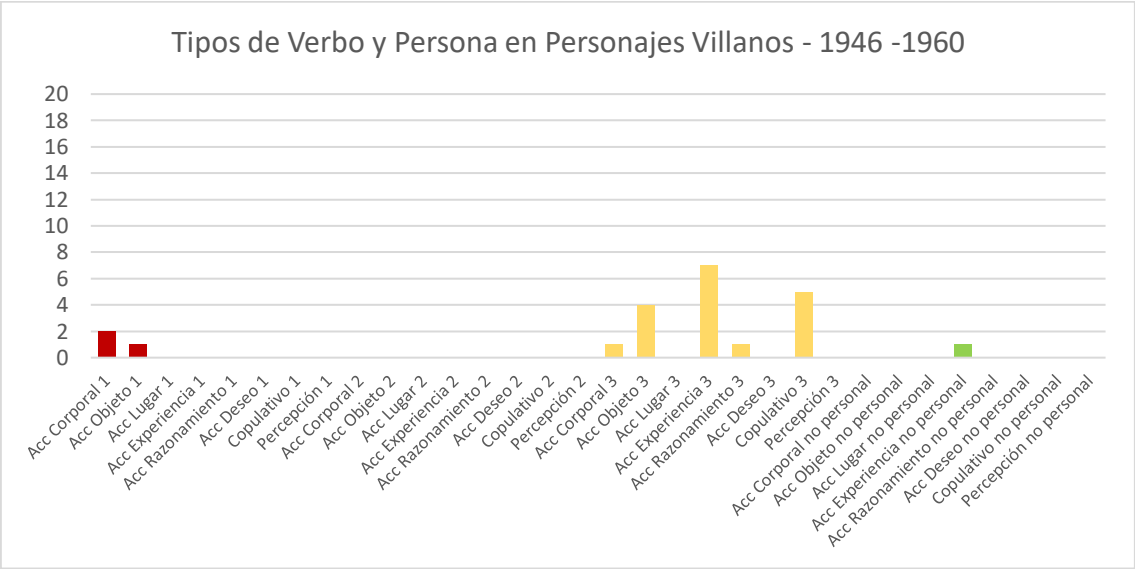
**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género masculino:** Combina la actitud pasiva al utilizar los verbos de objeto (tiene, pintaron...), con verbos de experiencia (quedarán, pasó, aconteció) y copulativos (es...) para descripciones. Por otra parte,

también emplea algunos verbos corporales (puede volar, voló). Siempre considerando la perspectiva del cantante, este uso en 3ª persona combina el uso descriptivo y pasivo.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género masculino:** Utiliza verbos activos corporales (bailar, volar, marchar...). Esto denota un uso significativo de verbos activos en dicha forma, lo cual aleja un poco la acción del cantante.

5.2.3.3 Evidencias actividad/pasividad villanos

Gráfico 5.2.3



En el caso de los villanos, para este periodo, hay un solo villano femenino: la Reina, de *Alicia en el país de las maravillas*. Dado que su forma de expresarse y los valores que refleja se asemejan a los de los otros villanos estudiados de la época, no hacemos distinción de género en los gráficos y las tablas para esta época. Sin embargo, se considerará en las conclusiones, respecto tanto al lenguaje como a los valores y los estilos de comunicación.

**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona villanos:** Predomina la actitud activa, por el uso de verbos de acción corporal (he de cortar...) y objeto (haré). Llama la atención que sólo un personaje villano de la canción 19 (19A) se expresa en la 1ª persona.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona villanos:** No se utiliza esta forma.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona villanos:** Utiliza verbos de experiencia (viven) y copulativos (quiera ser, es...) para descripciones. Predomina un uso descriptivo en ambos casos.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” villanos:** Apenas utilizan esta forma y, cuando lo hacen, es con un verbo de experiencia, que refleja un nivel de acción medio.

#### 5.2.3.4 Evidencias uso del tiempo, género femenino y masculino

**Evidencia de uso del tiempo:** En género femenino, continúa utilizando el futuro más que en masculino, aunque en menor medida. El presente el masculino lo utiliza más en primera persona y el femenino en tercera. Esto implica una mayor visualización de acciones futuras en femenino y un mayor protagonismo de la primera persona del presente en masculino. En el género mixto, emplea el futuro mucho más que el presente y el pasado, debido al estribillo de la canción 16E, de *Peter Pan*. Si no consideramos este caso, el uso de los tiempos resulta bastante igualado para el género mixto. Respecto a los villanos, emplean más el presente, con escaso uso del futuro y el pasado.

Gráfico 5.2.4

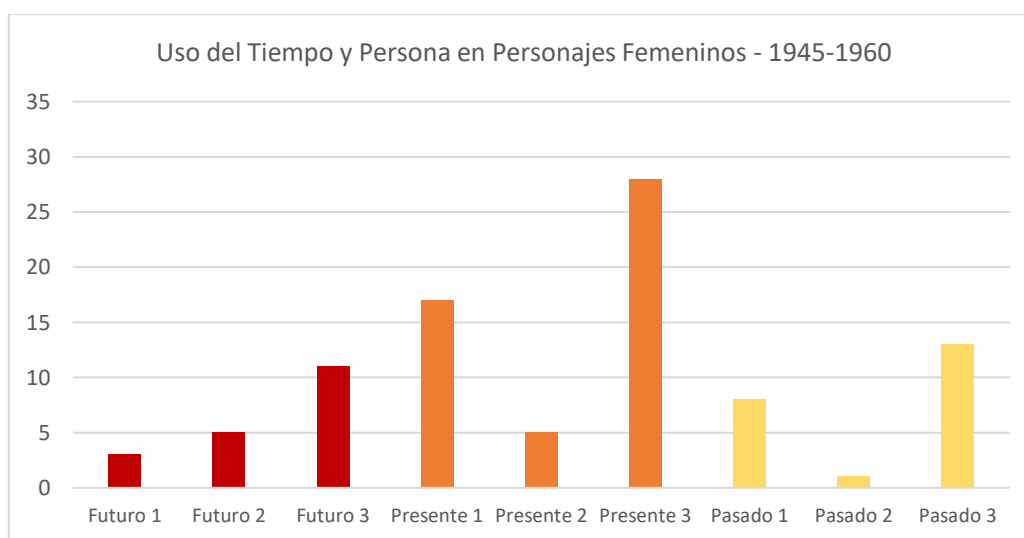
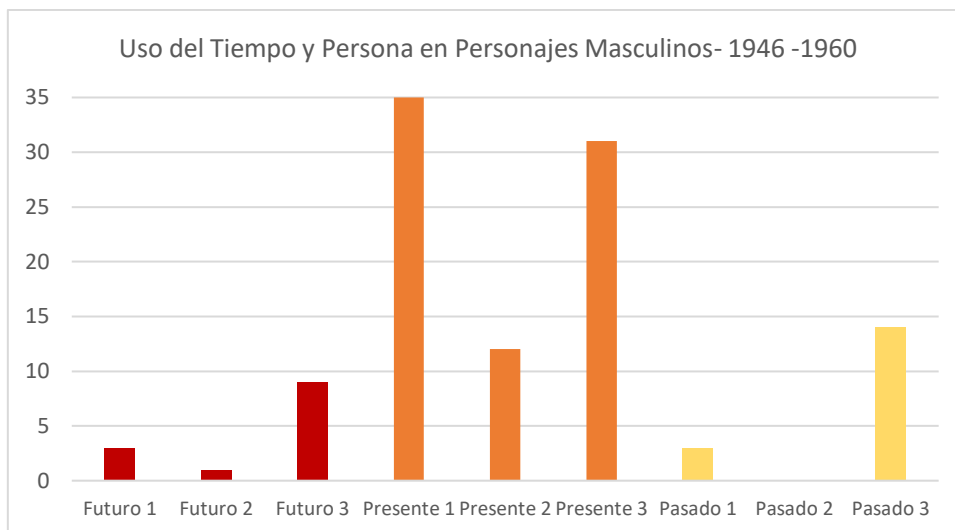


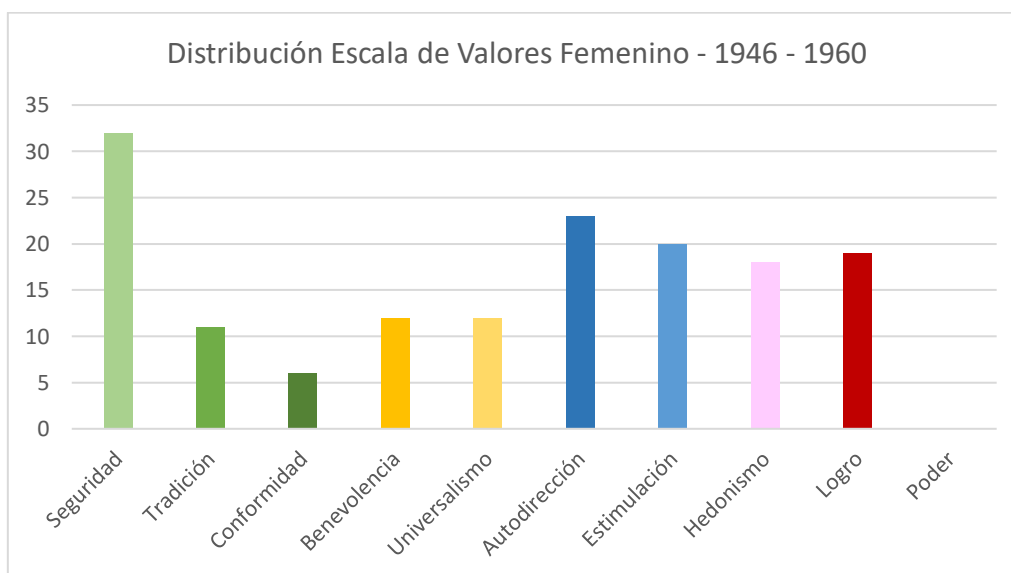
Gráfico 5.2.5



## 5.2.4 Análisis de los deseos según la escala de valores

### 5.2.4.1 Análisis de los deseos según la escala de valores en género femenino

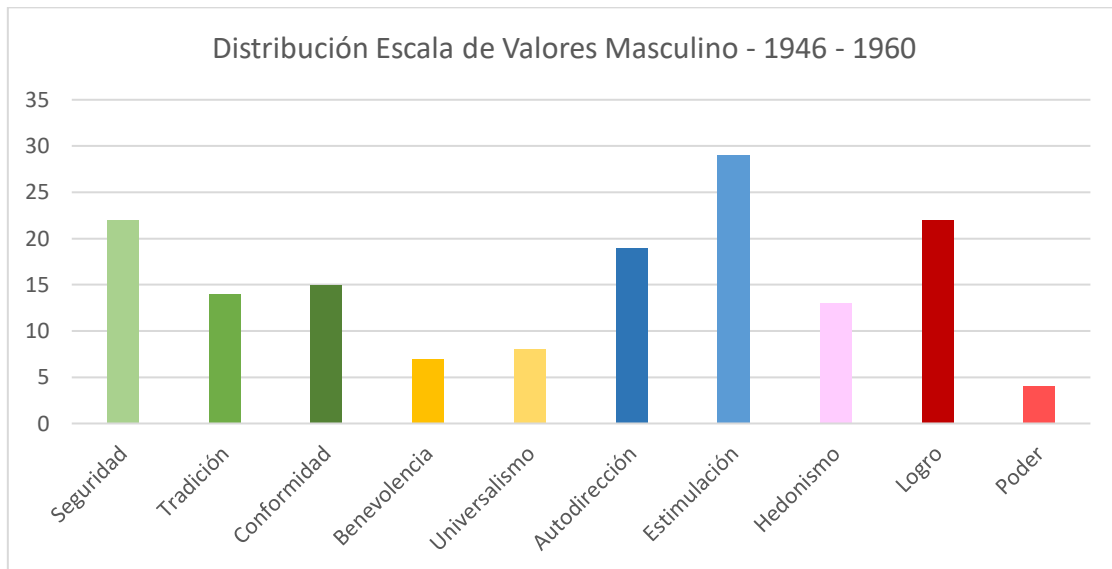
Gráfico 5.2.6



**Evidencia deseos-valores género femenino:** Aunque predominan los deseos asociados al amor a través de los valores de seguridad y logro, crece el peso de los valores autodirección y estimulación. La benevolencia y el universalismo son superiores que en masculino. No resulta sorprendente que prevalezcan los deseos asociados al amor entre las princesas (Cenicienta en la 9, la 10A y la 11 y, Aurora en la 22 y la 23A, al igual que Blancanieves, del periodo anterior). Será interesante compararlas a lo largo del tiempo, además con el lenguaje y el estilo de comunicación y, también con las princesas más modernas.

#### 5.2.4.2 Análisis de los deseos según la escala de valores en género masculino

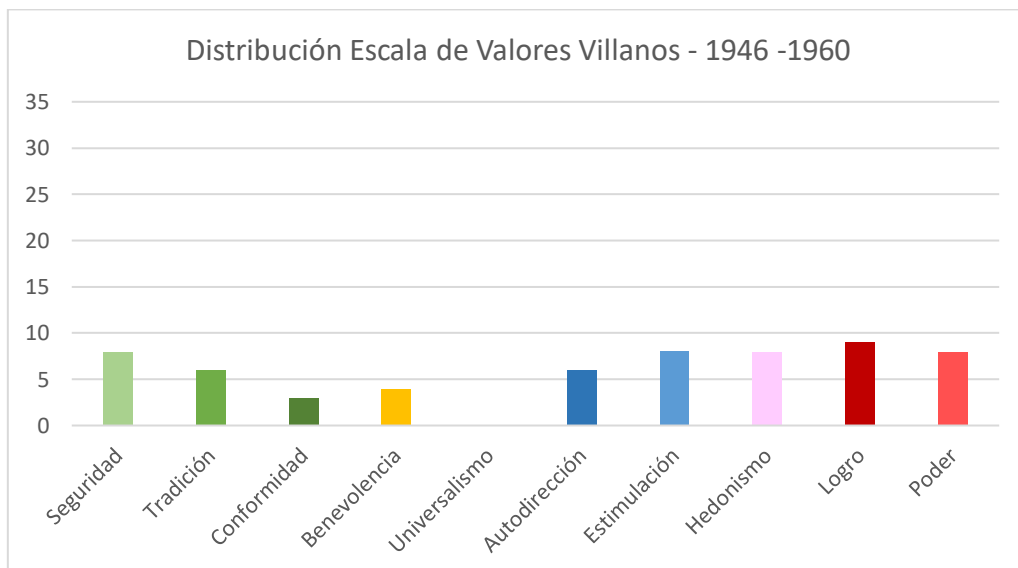
Gráfico 5.2.7



**Evidencia deseos-valores género masculino:** Predominan los deseos asociados a valores de estimulación, logro y seguridad. Destaca el aumento relativo de los valores seguridad, conformidad y sobretodo, autodirección y estimulación, desde el último periodo, además de la aparición del valor poder. Este último puede deberse al hecho de que los cantantes son reyes (Estéfano y Huberto, en la canción 24, de *La bella durmiente*), con intereses políticos.

#### 5.2.4.3 Análisis de los deseos según la escala de valores en villanos

Gráfico 5.2.8

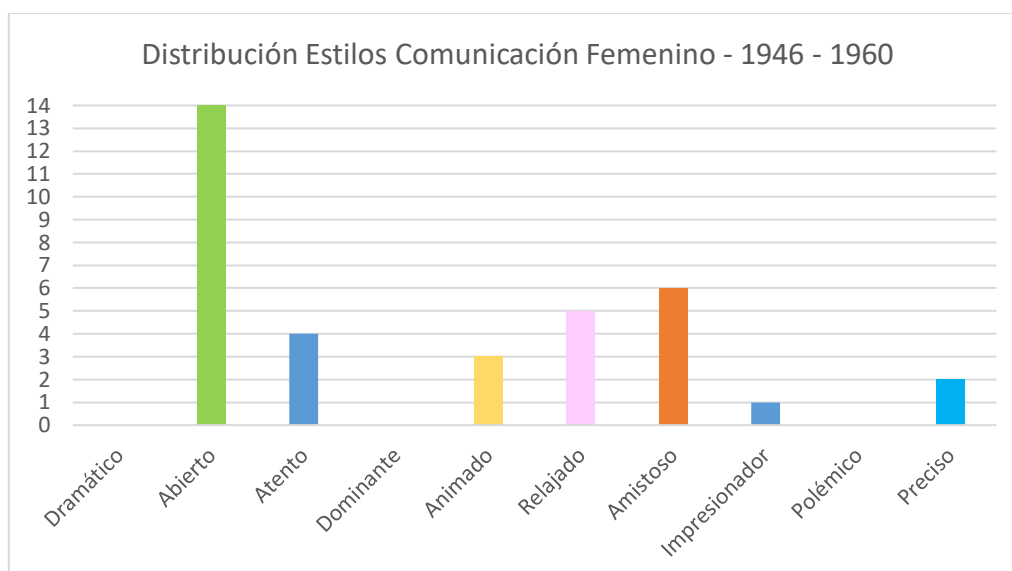


**Evidencia deseos-valores villanos:** Predominan los deseos asociados a valores de logro, poder, seguridad y estimulación. Llamen la atención el peso de hedonismo, y el uso de la benevolencia (los villanos también experimentan este sentimiento respecto a los suyos). Este último caso se refiere a la canción 19B, de *Peter Pan*.

## 5.2.5 Análisis del estilo de comunicación

### 5.2.5.1 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género femenino

Gráfico 5.2.9



**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género femenino:** Predominan los estilos de comunicación abierto y amistoso. En general, la explicitación es directa. También es cierto que, en el caso de Wendy, en la canción 18, de *Peter Pan*, este personaje también tiene otros motivos para lo que hace y, sin ser de los malos, manipula a los niños perdidos para que echen la vista atrás, hacia sus madres.

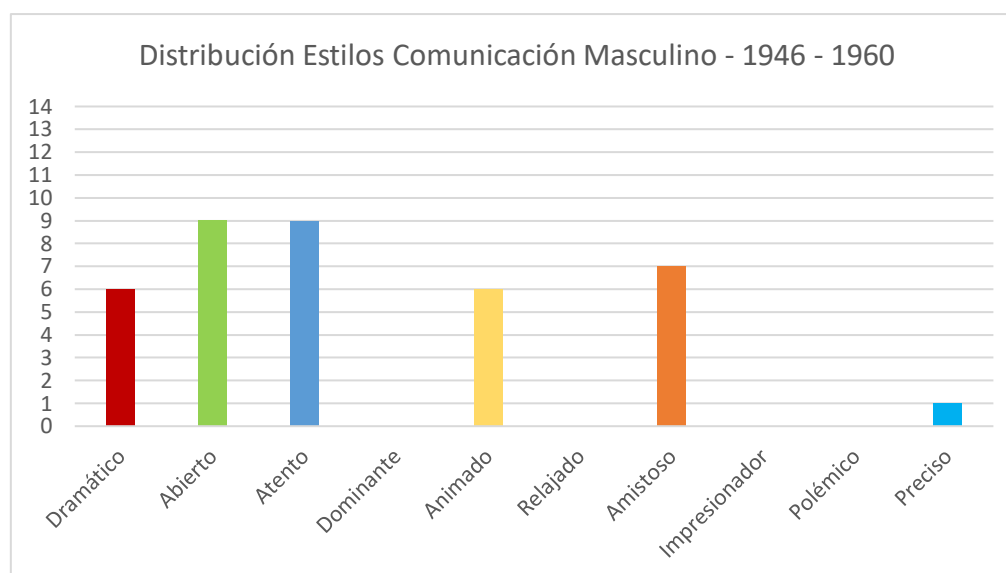
**Evidencia nivel de acción visual:** Para el conjunto de estas canciones con personajes cantantes femeninos, predomina el nivel de acción visual poco activo, variando entre activo y poco activo. Un caso de un nivel activo es el de Alicia en la canción 14B, de *Alicia en el país de las maravillas*, donde se anima a ayudar a los naipes a pintar las rosas. Aunque ni salta ni se agita como éstos, se sube por la escalera y se pone a pintar enérgicamente. Como contraste, en el caso de Peggy, en la canción 21, de *La dama y el vagabundo*, la perra pasea lenta y rítmicamente alrededor de Reina y, en un momento dado, menean la cola suavemente (con un nivel de acción visual poco activo). En todo



caso, la actividad visual no desentona ni con el estilo de comunicación ni con el nivel de acción verbal.

#### 5.2.5.2 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género masculino

Gráfico 5.2.10



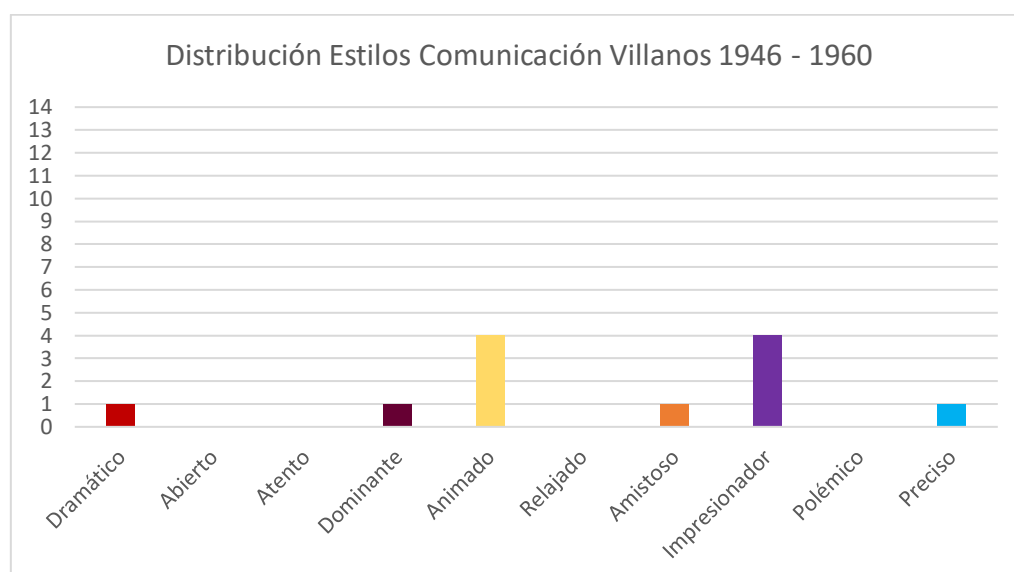
**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género masculino:** Predominan los estilos de comunicación abierto, atento, amistoso y animado. Señalar la utilización de dramático. En explicitación, predomina la directa, aunque también utiliza la indirecta. Por lo general, se repiten los estilos de comunicación del periodo anterior, con subida relativa del dramático, el abierto y el preciso y, bajada relativa del animado y el amistoso. Destaca, por ejemplo, el coro en off en la 12C, de *Alicia en el país de las maravillas*, donde se emplea un estilo preciso (no se puede elaborar mucho más, porque el coro es en off, representa a sí mismo y, además, no se observa acción visual en pantalla en ese momento). Por otra parte, llama la atención el nivel de comunicación animado – y aparentemente alegre – de los naipes en la 14A, también de *Alicia en el país de las maravillas*, a pesar de la situación desastrosa en la que se encuentran.

**Evidencia nivel de acción visual:** Varía el nivel de acción visual de estos personajes cantantes, entre un nivel poco activo y otro muy activo. Predomina un nivel medio o activo. En el extremo poco activo, se encuentra la banda de músicos y cantantes en la canción 8 (“Lilongo”), de *Los tres caballeros*, donde tocan su música y cantan sentados, sin apenas moverse. En cambio, los naipes en la 14ª, de *Alicia en el país de las maravillas*, saltan y bailan de manera muy animada, agitándose los brazos en alto, representando un

nivel de acción visual muy activo. Por lo general, el nivel de acción visual apoya el estilo de comunicación.

### 5.2.5.3 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en villanos

Gráfico 5.2.11



**Evidencia estilo de comunicación-explicitación villanos:** Predominan los estilos de comunicación impresionador y animado. En explicitación predomina la indirecta. Sólo el personaje femenino, la Reina, en la 14C, de *Alicia en el país de las maravillas*, expresa su deseo de manera directa. Los demás, todos piratas de *Peter Pan*, hacen lo que pueden para convencerle a los niños a unirse a ellos, cuando se trata una táctica para conseguir lo que realmente desea el Capitán Garfio: deshacerse de Peter Pan. Resulta fácil de entender que empleen los estilos impresionador, animado, dominante, amistoso... al intentar convencerles a niños a hacer algo.

**Evidencia nivel de acción visual:** También resulta natural que, al intentar animarles a los niños a hacer algo, empleen una actitud visualmente activa. De hecho, Smee y el coro de piratas de la 19B y la 19C bailan enérgicamente en su empeño, mostrando un nivel de acción activo. Sólo el Capitán Garfio se mueve de manera poco activa, adoptando una postura más dramática y autoritaria, hasta sentado. En cambio, la Reina, en la 14C, de *Alicia en el país de las maravillas*, salta y agita los brazos en grandes gestos mientras grita y canta de enfado. Resulta interesante que, en caso de los villanos de esta época, aunque coinciden el estilo de comunicación y el nivel de acción visual, no hay tanta concordancia entre la acción visual y la verbal: los personajes más físicamente activos

(en la 14C, la 19B y la 19C) emplean un nivel de acción verbal notablemente más pasivo, a la vez que el personaje menos físicamente activo (en la 19A) muestra un nivel de acción verbal más activo.

#### 5.2.6 Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico

Las principales conclusiones del “qué”: los valores y, el “cómo”: la forma en la que se expresan, en las canciones de los clásicos del periodo Disney analizado:

- El qué (los sueños y los valores que representan): En las canciones estudiadas de esta época, se observan algunos cambios con respecto a las canciones del periodo anterior. Para el género femenino, sigue el predominio de los sueños relacionados con el amor, reflejando los valores de seguridad, logro y benevolencia. Sin embargo, también aumentan los valores asociados a la estimulación y la autodirección, con casos como *Alicia en el país de las maravillas* y *Peter Pan*, aunque muchas veces son de personajes infantiles o juveniles. Entre los personajes de género masculino, destaca el aumento en los valores de seguridad, conformidad y, sobretodo, autodirección y estimulación. En cambio, entre los grupos de género mixto, predominan los valores de estimulación, autodirección y seguridad, con un aumento de universalismo, mientras los villanos han llamado la atención por su incorporación del valor de la benevolencia, en *Peter Pan*.
- El cómo (los estilos de comunicación y los niveles de actividad/pasividad verbal y visual): Para este periodo, los personajes femeninos muestran un nivel de acción verbal ligeramente más activo que en el periodo anterior, mientras los personajes masculinos utilizan mayor variedad, dentro de un nivel de acción verbal también activo. De cara al estilo de comunicación, entre los personajes femeninos siguen mostrando estilos de comunicación (abierto, amistoso...) de acuerdo con el generolecto femenino y un nivel de acción visual poco activo. Los personajes masculinos añaden – a los resultados del primero periodo – los estilos abierto y dramático, ampliando el espectro y, con este último estilo, mostrando también indicios del generolecto masculino, mostrando un nivel de acción medio, en conjunto. Con los villanos, predominan los estilos de comunicación impresionador y animado, mientras llama la atención el hecho de que los niveles de acción visual (normalmente activos) se diferencian ligeramente de los niveles de acción verbal. Por último, para el conjunto de cantantes/canciones de esta época, destaca el predominio de la explicitación directa de los deseos, seguida a una distancia por la indirecta y, con un solo ejemplo de la disimulada/manipuladora.

Para comentar sobre el contexto histórico de la Sociedad Española que corresponde a esta época, a continuación, resumimos brevemente los diferentes aspectos comentados en nuestro capítulo sobre la historia reciente de España en cuanto a género se refiere. La depresión económica asoló España durante la década de los 40, pero a partir de los años 50, gracias a distintos acuerdos políticos con otros países y, a la admisión de España en la ONU, por ejemplo, comenzó la recuperación económica, a la vez que un crecimiento político internacional muy significativo. También supuso el comienzo de cada vez mayor oposición política al régimen y, trabajaron los primeros grupos feministas españolas, como la Asamblea Democrática de Mujeres de Sant Medir o el Movimiento Democrático de Mujeres. Aún así, el franquismo se fortaleció en España, imponiendo sus ideologías. De cara a la familia, ésta quedaba bajo la autoridad absoluta del varón, cuyo papel lo desempeñaba mayoritariamente en la oficina, mientras la mujer adoptaba un papel pasivo y sumiso en su lugar: el hogar. El ámbito político, de educación y de deporte quedaba para el género masculino; la única orientación profesional que se impulsó para la mujer fue hacia profesiones supuestamente femeninas. Efectivamente, el régimen deseaba realizar una separación de géneros, como complementarios, promulgando valores donde en el hombre predominan las facultades mentales y en la mujer las afectivas, en el hombre la valentía y en la mujer la piedad.

El sistema elogiaba este papel sumiso de la mujer – insistiendo que el deseo eterno de la mujer era encontrar a quién someterse – lo cual lo hizo más aceptable. De cara al gobierno, se insistía en que la mejor forma de servir a la patria era formando una familia y criando a hijos sanos y fuertes para servir, a su vez, a la patria. Estos valores se inculcaban a través de la educación y los agentes socializadores. Para difundir y promover estas creencias, separaron a los géneros en los centros educativos, incluso el profesorado, aludiendo a razones morales, entre otras. Incluso en el deporte, surgió la diferenciación entre los deportes que consideraban masculinos y femeninos, de acuerdo con los roles asignados a cada sexo. Desde el sistema, se intentaba bloquear la profesión de la mujer en su formación. Por ejemplo, instauraron un servicio social obligatorio para las mujeres, que, si no se cumplía, limitaba el acceso laboral y otros derechos, como el pasaporte. El porcentaje de universitarias era muy bajo, que en muchos casos estudiaban para “quedar bien” o buscar marido, en lugar de buscar realmente su desarrollo profesional. Y es que el gobierno ofrecía una sola salida apropiada y beneficiosa para las mujeres: casarse y formar una familia. De hecho, para muchas mujeres, ésta era la mejor alternativa para

escapar de la miseria. A partir de las Leyes Fundamentales, se estableció la religión católica como la única religión reconocida, y el matrimonio canónico como el único matrimonio válido, anulando la legalidad del divorcio. Creció la población porque el enfoque “natalista” llegó a ser un pilar para la recuperación de la sociedad tras la guerra; hasta se promulgaron subsidios a las familias numerosas. Y todo esto fue apoyado por los medios de comunicación. Por ejemplo, la prensa desempeñó un papel importante para promulgar fines trascendentes, educativos y espirituales, se utilizó el NODO en el mundo cinematográfico como manera de impulsar los valores del régimen, bajo un formato de información, y aparecieron películas nacionales con arquetipos para la mujer, donde su única salida es casarse con un varón afín al régimen.

De cara a Disney, durante este periodo, el estudio volvió a producir largometrajes, empezando por la *Cenicienta*, *Alicia en el país de las maravillas*, *Peter Pan*..., dejando de producir cortometrajes sueltos de forma habitual. También prepararon “películas paquete”, que eran mezclas – más baratas – de cortometrajes y segmentos de animación o imágenes reales (*Música Maestro*, *Las aventuras de Ichabod y Toad*...). Por último, se abrió el primer parque temático de la compañía: Disneyland, en Anaheim (pueblo cercano a Los Angeles), California. Podemos postular sobre las semejanzas o diferencias entre los valores reflejados por el régimen franquista de esta época, y cómo se expresan en los “Clásicos” de Disney del mismo periodo. En las canciones, los personajes femeninos han coincidido casi en su totalidad con los valores propuestos por el régimen, dado que han mostrado sueños de amor romántico y maternal (seguridad, logro) y de protección al allegado o a otros (benevolencia). En el único caso un poco diferente, *Alicia en el país de las maravillas*, Alicia muestra el deseo de vivir en un lugar de ilusión, de su propia creación (autodirección, estimulación). En el caso de los personajes masculinos, los valores de estímulo, logro y seguridad destacan, reflejados en sueños como mejorar la línea dinástica, sobrevivir, vivir una aventura, vivir en un lugar de ilusión, en contraste con otros, relacionados con el amor o el apoyo. En género mixto, prevalecen los sueños relacionados con el amor y la ilusión, mientras entre los villanos, de los que se esperaría observar valores contrarios a los nuestros, muestran sueños de castigar a otros, manipular/convencer a otros para conseguir fines propios, aprovecharse de otros y, casi sorprendentemente, proteger a otros. Este último caso corresponde a la aportación de Smee, en *Peter Pan*. Sin embargo, a grandes rasgos, no desentonan con los valores atribuidos a los españoles varones en dicha época.

### 5.3 Análisis del periodo: 1961-1975

#### 5.3.1 Canciones incluidas en el periodo

A continuación, se incluyen las canciones seleccionadas, que cumplen los criterios establecidos para su análisis, en este tercer periodo, de 1961 a 1975. La muestra para esta época (n = 42) es muy ligeramente más grande que la media por periodo y, se apreciará que un gran número de canciones procede de *Mary Poppins*, uno de los dos “Clásicos” honoríficos pertenecientes a la época.

Cuadro 7. Listado de canciones y datos relevantes para la tercera época

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
25	Tendremos la granja más grande	101 Dálmatas	17	25/01/1961	21/09/1961	Roger	M	H/B	Roger desea mudarse de Londres al campo con su mujer y su familia de dálmatas para buscar una vida feliz.
26	Madame Mim	Merlín, el encantador	18	25/12/1963	20/12/1965	Madame Mim	F	V/M	Madame Mim desea ser una "lunática" "genial" (lunática es, pero genial, no).
27	Hermana sufragista	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Sra. Banks y sirvientas	F	N	Desea la igualdad de derechos para las mujeres (libertad, voto, vestimenta...).
28	La vida que llevo	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Sr. Banks	M	N	Desea vivir tal y como ya vive, como el "rey" de su hogar/familia.
29 A	La niñera perfecta	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Sr. Banks	M	N	Desea conseguir una niñera para sus hijos que sea seria, estricta, disciplinada...
29B	La niñera perfecta	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Jane (y Michael)	F	H/B	Desean conseguir una niñera que sea alegre, amable, cariñosa...
30	Con un poco de azúcar	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Mary Poppins	F	H/B	Desea que los niños recojan su habitación y, con este fin, se lo convierte en un juego mágico.
31	Chim chimney (reprise)	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Bert	M	H/B	Desea ganar dinero: que le paguen por su "arte" callejera.
32 A	El buen reír	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Tío Albert	M	N	Como le encanta tanto reír, desea reír "hasta reventar".
32B	El buen reír	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Bert	M	H/B	Desea juntarse al Tío Albert a disfrutar de la risa.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
32C	El buen reír	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Mary	F	H/B	Desea controlar y detener la situación, intentando conseguir que el Tío Albert deje de reír.
33 A	La educación de los niños	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Sr. Banks	M	N	Le echa una charla a Mary Poppins porque desea que la niñera les eduque a los niños bajo su lema de "austeridad, seriedad y pulcritud", a diferencia de su método actual.
33B	La educación de los niños	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Mary	F	H/B	Desea que el padre de los niños pase tiempo con ellos y, con este fin, tuerce las palabras de él hasta lograr que él se los lleve al trabajo consigo.
34	Dos peniques	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Sr. Dawes y los banqueros (el Sr. Banks incluido)	M	V/ M	Desean ganar dinero y para esto buscan todo el dinero posible para invertir, en este caso, los dos peniques de Michael (que él quería gastar en las migas de pan para los pájaros).
35 A	Volemos una cometa	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Sr. Banks	M	N	Desea disfrutar de placeres sencillos en familia, cosa que se ha perdido durante mucho tiempo.
35B	Volemos una cometa	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Bert	M	H/B	Desea animar a disfrutar de placeres sencillos en familia (así también para vender sus cometas).
35C	Volemos una cometa	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Coro (que representa a las familias) en off	Mix	N	Desean disfrutar de placeres sencillos en familia.
35 D	Volemos una cometa	Mary Poppins	H. SN	27/08/1964	02/12/1965	Familia Banks	Mix	H/B	Desean disfrutar de placeres sencillos en familia, cosa que han echado en falta.
36	Marcha de los elefantes	El libro de la selva	19	18/10/1967	16/12/1968	Coronel Hathi y demás elefantes	Mix	N	Los elefantes desean conservar su tradición de marchar en precisión.
37 A	Busca lo más vital	El libro de la selva	19	18/10/1967	16/12/1968	Baloo	M	H/B	Baloo desea vivir con lo más básico para ser feliz y, esto lo expresa, aconsejándole a Mowgli este estilo de vida.
37B	Busca lo más vital	El libro de la selva	19	18/10/1967	16/12/1968	Mowgli	M	H/B	Mowgli se deja llevar y desea vivir feliz con Baloo como padre.
38	Quiero ser como tú	El libro de la selva	19	18/10/1967	16/12/1968	Rey Louie	M	V/ M	Desea ser humano - y sobretodo, a manejar el fuego, para tener poder -, por lo que le pide a Mowgli que le enseñe.
39	Confía en mí	El libro de la selva	19	18/10/1967	16/12/1968	Kaa	M	V/ M	Kaa desea lograr dormir a Mowgli para poder comérselo.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
40	En mi hogar	El libro de la selva	19	18/10/1967	16/12/1968	Niña del pueblo	F	N	Desea crecer para propagar la tradición familiar de mandar a la niña a por agua, mientras la madre se queda en casa, cocinando.
41	Duerman gatitos...	Los Aristogatos	20	24/12/1970	06/12/1971	Edgar	M	V/M	Edgar desea ser el heredero de la fortuna de la Madame Adelaide Bonfamille, para la que trabaja de mayordomo, pero ésta ha puesto a sus gatos por delante de él en su testamento.
42 A	Escalas y arpegios	Los Aristogatos	20	24/12/1970	06/12/1971	Marie	F	H/B	Marie desea aprender a cantar bien y, para esto debe practicar.
42B	Escalas y arpegios	Los Aristogatos	20	24/12/1970	06/12/1971	Berlioz	M	H/B	Berlioz desea aprender a tocar bien el piano y, para esto debe practicar.
42C	Escalas y arpegios	Los Aristogatos	20	24/12/1970	06/12/1971	Duquesa	F	H/B	Duquesa desea que sus hijos aprendan a tocar/cantar/pintar bien, por lo que deben practicar.
42 D	Escalas y arpegios	Los Aristogatos	20	24/12/1970	06/12/1971	Toulouse	M	H/B	Toulouse desea aprender a pintar bien, por lo que debe practicar.
43 A	Todos quieren ser ya gatos Jazz	Los Aristogatos	20	24/12/1970	06/12/1971	Jazz, O'Malley y demás gatos jazz	M	N	Desean ser un "rey" por tocar jazz y, que los demás disfruten de su música.
43B	Todos quieren ser ya gatos Jazz	Los Aristogatos	20	24/12/1970	06/12/1971	Duquesa	F	H/B	Duquesa desea cantar blues, que es bastante más suave.
43C	Todos quieren ser ya gatos Jazz	Los Aristogatos	20	24/12/1970	06/12/1971	Marie	F	H/B	Marie desea sincopar (romper la regularidad del ritmo) como los gatos jazz.
43 D	Todos quieren ser ya gatos Jazz	Los Aristogatos	20	24/12/1970	06/12/1971	Berlioz	M	H/B	Berlioz desea ser también gato jazz.
44	Himno de los soldados ancianos	La bruja novata	H. SN	11/11/1971	16/10/1972	Soldados ancianos	M	N	Desean mostrar su apoyo y recordar la antigua gloria de luchar en la guerra, mediante esta canción, que claramente tiene la intención de animar a los soldados.
45	Eglantine, Eglantine	La bruja novata	H. SN	11/11/1971	16/10/1972	Browne	M	N	Desea unirse a la Srta. Price porque cree que, entre ellos (con el don de ella para la magia y el don de él para la venta), lograrán ganar mucho dinero.



Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
46 A	La locomoción sustitutiva	La bruja novata	H. SN	11/11/1971	16/10/1972	Srta. Price	F	H/B	Desea practicar y realizar con éxito el último hechizo del libro de magia (y de su supuesto curso de magia): esto consiste en hacer mover algún objeto sin tocarlo, en este caso, un par de zapatos. El objetivo final es poder emplear su magia para ayudar a su país en la segunda guerra mundial.
46B	La locomoción sustitutiva	La bruja novata	H. SN	11/11/1971	16/10/1972	Browne	M	N	Se alegra por el éxito de Eglantine, pero desea que le den crédito por haberle ayudado a hacerlo.
47	Sueño de Browne	La bruja novata	H. SN	11/11/1971	16/10/1972	Ayudante/Price	F	N	Browne sueña, literalmente, que la Srta. Price va paseando por la vía del tren, cantando sobre el éxito que van a tener por trabajar juntos. Se refleja su deseo de éxito, junto con su aprecio por ella.
48	Amor	Robin Hood	21	26/03/1972	05/12/1974	Solista (que representa a Marian) en off	F	H/B	Marian desea casarse con Robin y vivir felices...
49	Jamás en Nottingham	Robin Hood	21	26/03/1972	05/12/1974	Alan Dale	M	N	Desea marcharse de Nottingham, porque es un pueblo tan tristón debido a su gobierno opresivo.
50 A	¡Qué viva Pooh!	Lo mejor de Winnie the Pooh	22	11/03/1977	15 de agosto de 1968**	Todos los peluches (y Christopher Robin)	Mix	H/B	Desean sacar a Pooh de la puerta de la casa de Conejo, donde se ha quedado atascado.
50B	¡Qué viva Pooh!	Lo mejor de Winnie the Pooh	22	11/03/1977	15 de agosto de 1968**	Pooh	M	H/B	Aunque sus amigos acaban de sacarlo de la puerta de la casa de Conejo, cuando Pooh se queda de nuevo atascado, Pooh prefiere quedarse allí, comiendo miel.

(1): Número de canción de la muestra. (2): Número de "Clásico". (3): Género: F: Femenino; M: Masculino; Mix: Mixto.

(4): Tipo de personaje: H/B: Héroe/Bueno; V/M: Villano/Malo; N: Neutro

### 5.3.2 Principales evidencias encontradas

Los análisis realizados muestran las siguientes conclusiones para el periodo de estudio. En la tabla se puede apreciar en horizontal el género estudiado y en vertical el análisis (Actividad según verbos, Deseos y valores, y Estilo de comunicación)

- En resumen, se observa como el género femenino sigue mostrando un modo “pasivo”, aunque aumenta todavía más el nivel de acción verbal en la 1ª persona; esto se refiere a deseos asociados al amor y al bienestar de los allegados, con valores de seguridad y logro, destacando nuevos deseos que aumentan el peso de los valores de logro e incluso poder, con unos estilos de comunicación atento, amistoso e impresionador y una explicitación variada, incluso con un caso de disimulada/manipuladora.
- En cambio, en género masculino, se aprecia un descenso marcado del uso de la 1ª persona, junto con una consolidación de uso descriptivo de la 3ª persona, mostrando mayor pasividad; destaca un aumento de deseos relacionados con la familia y los allegados, reflejado en un aumento notable de los valores de seguridad, conformidad y benevolencia, todo esto expresado con estilos de comunicación animado y amistoso, sobretodo con una explicitación directa.
- El género mixto muestra un modo más pasivo a nivel verbal, disparando el valor de la benevolencia, mientras bajan notablemente los valores de autodirección, hedonismo y logro, utilizando los estilos de comunicación abierto y animado y una explicitación mixta, entre directa e indirecta.
- Entre los villanos, se aprecia un nivel ligeramente menos activo verbal, por el uso de verbos más pasivos en la 1ª persona, más un predominio a los deseos asociados a los valores de logro y poder, empleando los estilos de comunicación impresionador y relajado, con una explicitación mixta, entre directa y disimulada/manipuladora.
- Por último, indicar la tendencia, en esta época, a igualarse el uso del futuro en 3ª persona, entre los cantantes femeninos y masculinos.

Cuadro 8

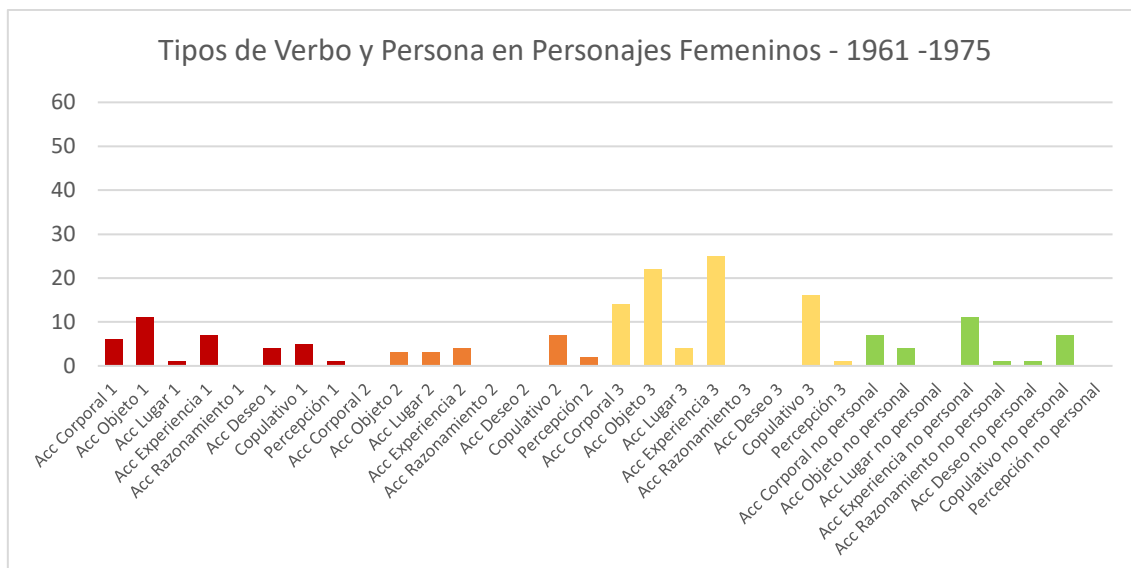
Resumen de Evidencias Periodo 1961-1975				
		Análisis Verbal Actividad-Pasividad	Análisis Deseos-Valores	Análisis Estilo de Comunicación - Explicitación
<b>Femenino</b>	1ªPersona	La tendencia pasiva se invierte, hacia la Actividad en 1ª Persona	Aún predominan los deseos asociados al amor y el bienestar de los allegados, pero aumenta más el peso de los valores de logro e incluso poder.	Predominan los estilos de comunicación atento, amistoso e impresionador. La explicitación es variada, destacando también un caso de disimulada/manipuladora.
	2ªPersona	La 2ª persona se vuelve más Pasiva		
	3ªPersona	Aumenta la Actividad, frente al periodo anterior		
	No Personales	Aumentan las formas más activas y mas pasivas, para un nivel medio		
<b>Masculino</b>	1ªPersona	Predomina la actitud Pasiva, con un descenso marcado de la 1ª persona	Se observa un aumento destacado de seguridad, conformidad y benevolencia, con el incremento de deseos relacionados con el bienestar familiar o de los allegados.	Predomina el estilo de comunicación animado, seguido a una distancia por el amistoso. Destaca la explicitación directa, aunque aumentan los casos de indirecta y se observa un caso de disimulada/manipuladora.
	2ªPersona	Uso limitado y pasivo		
	3ªPersona	La forma más usada y sobretodo, de manera descriptiva		
	No Personales	Mayor distribución y algo más activo		
<b>Mixto</b>	1ªPersona	Actitud mixta, con poco uso	Se dispara el valor de la benevolencia, mientras descenden o desaparecen los de autodirección, hedonismo o logro.	Predominan los estilos de comunicación abierto y animado, con una explicitación dividida a partes iguales entre la indirecta y directa.
	2ªPersona	No se usa		
	3ªPersona	Aumento notable, pero con efecto descriptivo o pasivo		
	No Personales	Usos en los dos extremos, mostrando poca actividad		
<b>Villanos</b>	1ªPersona	Aumento de uso, con predominio de formas Pasivas	Predominan los deseos asociados a los valores de logro y poder, mientras bajan los niveles de casi todos los demás, incluidas la autoriección y la estimulación.	Predominan los estilos de comunicación impresionador y relajado. La explicitación se divide casi por igual entre la directa y la disimulada/manipuladora.
	2ªPersona	El uso del imperativo da mayor Actividad		
	3ªPersona	Predomina el uso descriptivo		
	No Personales	Poco usado, con efecto descriptivo y pasivo		
	<b>Uso del Tiempo</b>	Predominio de 3ª persona en futuro, para femenino y masculino		

En las siguientes páginas se muestran los resúmenes analizados canción a canción, así como los análisis que detallan dichas evidencias. Al igual que los demás periodos estudiados, los gráficos se organizan, presentando las cifras sin tratar de los casos encontrados de los distintos tipos de verbos, alineados en orden de actividad/pasividad, más la persona verbal empleada (1ª, 2ª, 3ª o forma no personal).

### 5.3.3 Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos

#### 5.3.3.1 Evidencias actividad/pasividad género femenino

##### Gráfico 5.3.1



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género femenino:** Se observa un aumento notable de actividad en 1ª persona sobre la segunda época, por el uso de verbos más activos corporales y de objeto (enviaré a traer, cocinando estaré, cantaremos, buscaremos, tendré...) y el descenso en el uso de los verbos de acción más pasivos (de deseo). Sin embargo, todavía predomina la actitud pasiva, debido a la consolidación de los verbos de casi todos los tipos en 3ª persona y el aumento del uso de verbos en formas no personales.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género femenino:** Se mantiene la proporción de verbos en 2ª persona, más o menos, en comparación con las otras formas. Además, se observa un ligero descenso en los verbos de objeto, junto con un aumento notable en los verbos copulativos, que representan la mayor parte de los verbos empleados en 2ª persona (eres, quiere que ellos sean, deseas ser, serás...) en esta muestra.

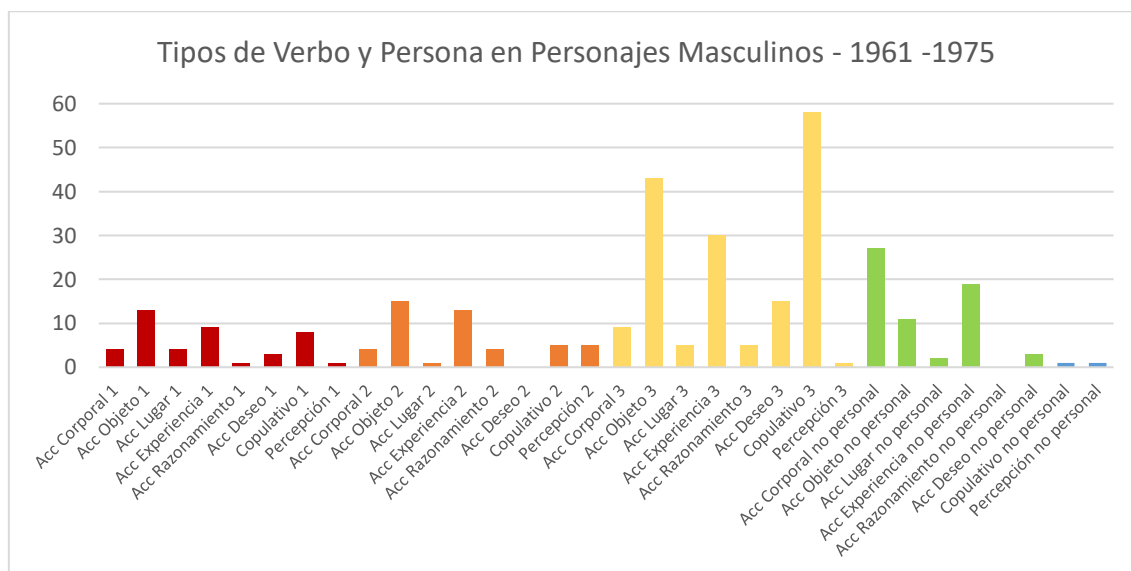
**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género femenino:** Para esta época, se observa una consolidación de la 3ª persona sobre las demás formas y, con un patrón muy parecido. Predominan los verbos más activos, como los corporales (cantarán, construye, lleva, sirven para reír, canta, quieren escuchar, se está moviendo...), de objeto (sepa hacer, dan, seguirán, se consigue dominar...) y de experiencia (hay que romper, vota, no nos riña, pasará, se refleje, sentirse deben), a la vez que los copulativos (son, hay, puede ser, está, es, no lo son, quieren ser...).

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género femenino:** Las formas no personales representan una forma en auge, en comparación con la época anterior, llegando casi a la par de la 1ª persona. Se observa un uso más elevado, sobretodo de

verbos corporales (morir, gruñir, silbar, transportar...), de objeto (comprobar, practicar, poder improvisar... y de experiencia (sufrir, vivir, aguardando, vender, comenzar practicando, gozar...), por una parte y, verbos copulativos (ser, repetidas veces), por otra.

### 5.3.3.2 Evidencias actividad/pasividad género masculino

Gráfico 5.3.2



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género masculino:** Se aprecia un descenso muy marcado en el uso de la 1ª persona en este tercer periodo, desde el segundo, aunque aún predominan los verbos un poco más activos sobre los más pasivos. Aquí, los verbos de objeto (tendremos, quiero hacer, quiero trazar, he de soltar, encuentro...) y de experiencia (vuelvo a encontrar, no tolero, resistir no sé, encontraré...) no son mucho más numerosos que los copulativos (estoy, parezco, soy, somos...).

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género masculino:** El uso de la 2ª persona entre personajes de género masculino se ha mantenido relativamente bajo, por ejemplo, en comparación con el elevado uso de la 3ª persona y, empleando sobretodo verbos de objeto (toma, puedes lucir, tendrás, has de precisar, buscas, canta, tocas...) y de experiencia (ves venir, lleve, te sientes volar, podrías seguir, sigues viviendo, no me deje marchar, aprovéchese...). Muestra un nivel relativamente bajo de actividad, por el escaso uso del imperativo.

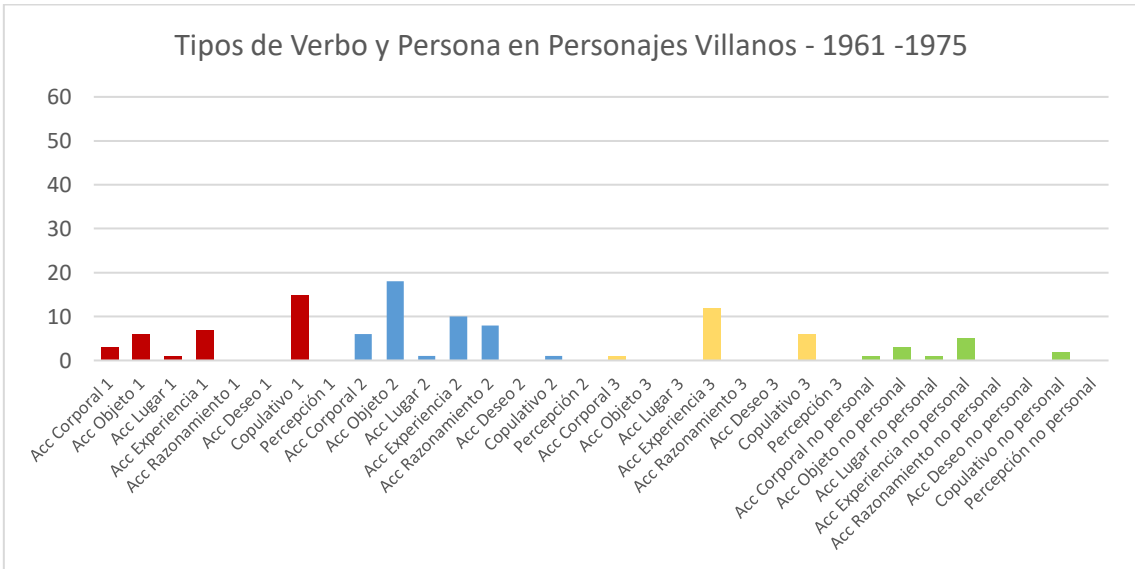
**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género masculino:** Con diferencia, la forma más utilizada por personajes de género masculino durante este periodo es la 3ª persona.

Destaca el predominio de los verbos copulativos (hay, es, ha sido, no es, parece, está, quieren ya ser...), seguidos por los verbos de objeto (desempeña, necesita, da, hay que enseñarles, se consigue dominar, quieren ya tocar, escogerán...) y de experiencia (obliga, esperan, no sirve, ha llegado, hace falta, se debe improvisar, pueden juntar...). Una razón para esto es el estribillo de la 43A, de *Los Aristogatos*, donde repiten “quieren ser” o “quieren ya ser... gatos jazz”. También se observan casos de oraciones impersonales (se necesita, se consigue dominar...). El resultado es poco activo y, más descriptivo, desde la perspectiva del cantante.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género masculino:** Resulta llamativo que, después de la 3ª persona, éstas son las formas más utilizadas por los cantantes de género masculino en esta época, sobre todo con verbos corporales (reír, reventar, montar, levantar, subir, ponerse a bailar, rascar...) y de experiencia (luchar, replicar, cesar, surcar, vivir, practicar, tardar...). Con las formas personales, da la sensación de que la acción se aleja del cantante, por lo que resulta una forma más pasiva.

### 5.3.3.3 Evidencias actividad/pasividad villanos

Gráfico 5.3.3



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona villanos:** Aumenta la muestra de villanos desde el segundo periodo y se observa un uso más distribuido de las personas verbales. En primera persona, predominan los verbos copulativos (soy, quiero ser, voy a ser...), seguidos por los verbos de experiencia (cambio, gané, quiero vivir, debo hacer, velaré...) y de objeto (puedo mater, encuentro, superé, dominar quiero...), seguidos por verbos

corporales (quiero andar, rondaré). El uso tan elevado de los verbos copulativos sólo se ve equilibrado por la suma de los verbos más activos, dando al conjunto un nivel de actividad medio.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona villanos:** En 2ª persona, destaca el uso de los verbos de objeto (dispondrás, aprovecha, harás, traerás, no resistirás...), muy por delante de los verbos de experiencia (quieres apostar, ganas, no pierdes, podrás ver...), razonamiento (sabes, piensa, has comprendido, confía...) y corporales (háblele, escucha, dormirás, duerme...). Frente a un solo verbo copulativo y, considerando que sí se observa un uso relativamente alto del imperativo (háblele, mire, dime, duerme, aprovecha, ven, confía...), que representa los deseos del cantante/locutor, resulta ligeramente más activo que en otros casos.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona villanos:** Se complementan los verbos de experiencia (aumenta, cuesta poco empezar, se cobra, hace sufrir, va a aburrir...) con los pocos verbos copulativos (es, están...), pero el resultado sigue siendo más descriptivo que activo, por ser la 3ª persona.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” villanos:** La forma menos utilizada por los villanos en esta época, a pesar de emplear una variedad de verbos, con la mayor parte siendo de experiencia (aumentar, invertir, gozar...) y de objeto (provocando, abrirle, tener), refleja poca actividad por parte del cantante.

#### 5.3.3.4 Evidencias uso del tiempo, género femenino, masculino y villanos

**Evidencia de uso del tiempo:** En género femenino, continúa utilizando el futuro más que el masculino, aunque se van igualando en el uso muy elevado del presente en 3ª persona, mientras que cabe destacar la casi desaparición del uso del pasado entre ambos géneros. En el caso de los grupos de cantantes de género mixto, también refleja esta tendencia a un uso mayor del presente (y dentro de este tiempo, de la 3ª persona) y del futuro, con algún ejemplo del pasado. Por parte de los villanos, el uso del futuro casi llega al uso del presente, sobre todo en la 2ª persona (dormirás, no resistirás, dispondrás...), de nuevo muy por delante por el uso del pasado.

Gráfico 5.3.4

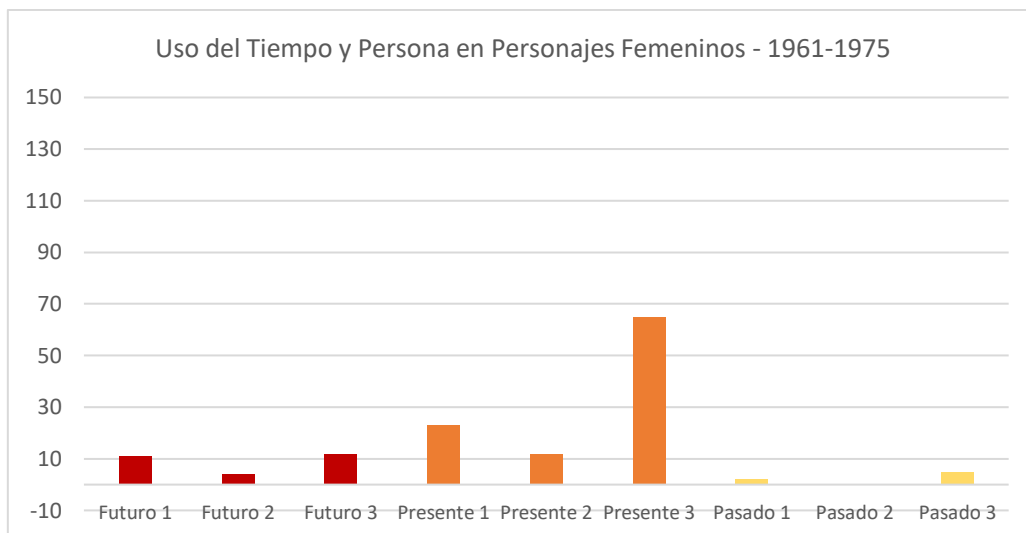
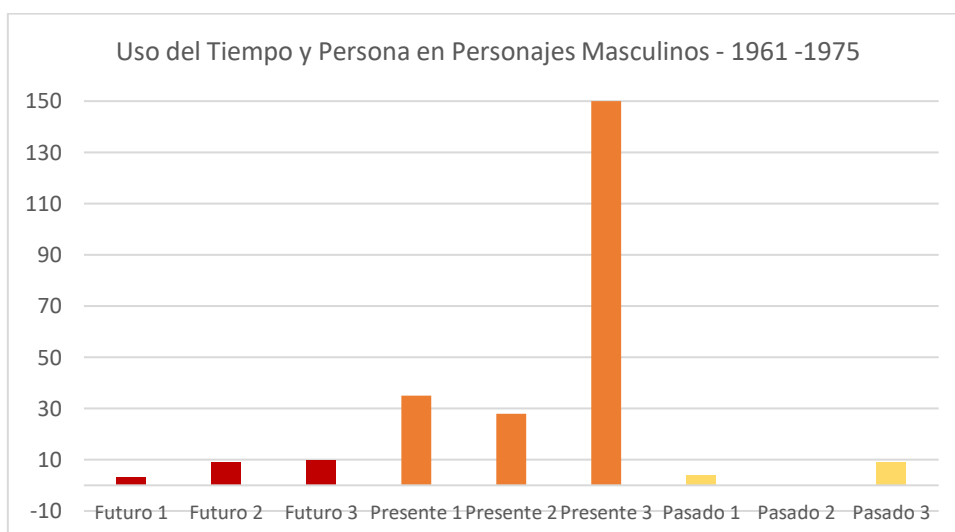


Gráfico 5.3.5

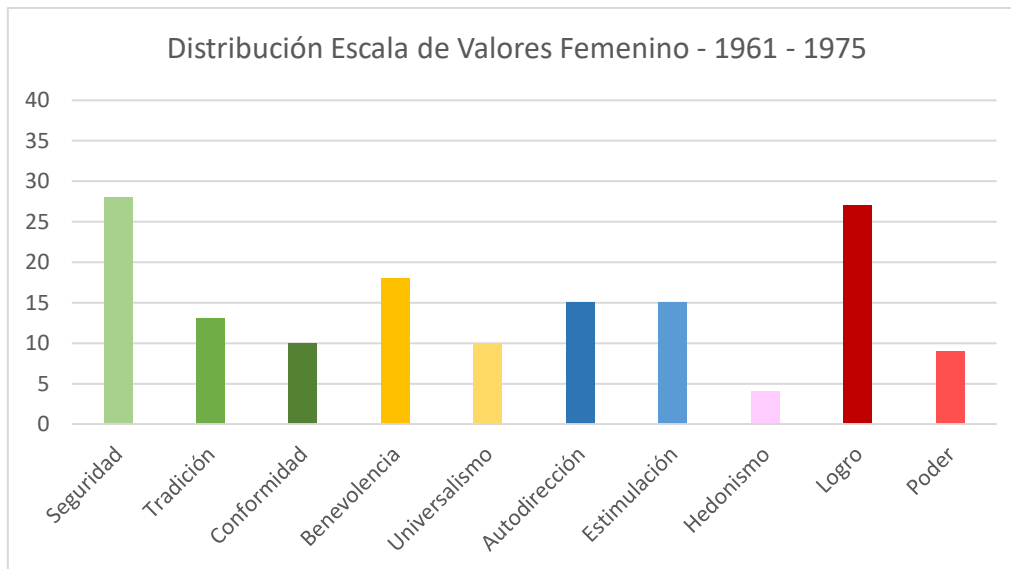


#### 5.3.4 Análisis de los deseos según la escala de valores

##### 5.3.4.1 Análisis de los deseos según la escala de valores en género femenino

Gráfico 5.3.6

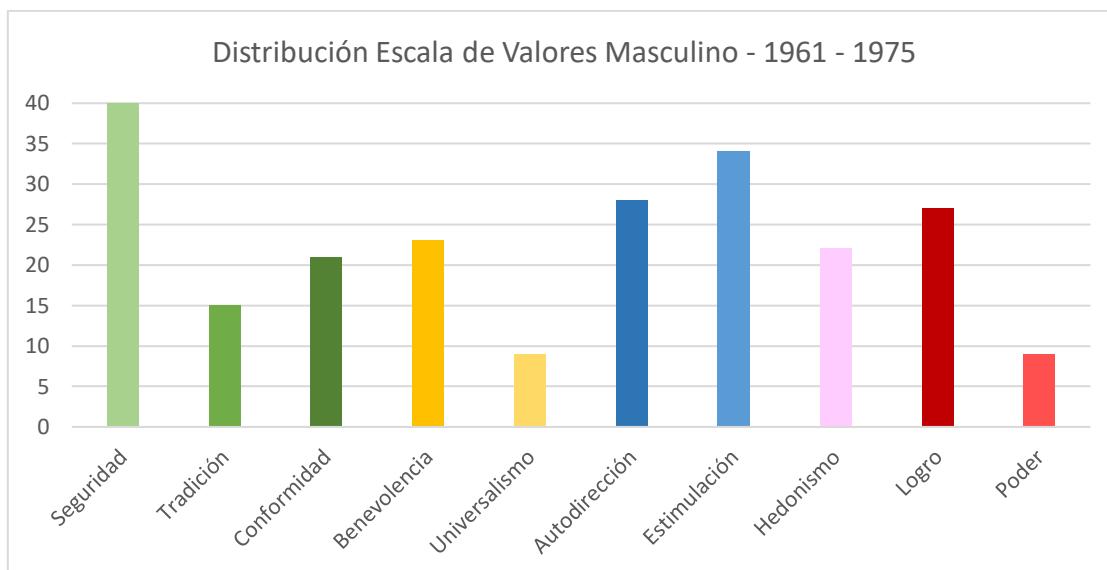




**Evidencia deseos-valores género femenino:** En esta época, predominan los deseos relacionados con el amor o el bienestar de allegados/otros (como tema repetido en 27, 30, 32C, 33B, de *Mary Poppins*) y, con la adquisición de habilidades o nuevas experiencias (42A, 43C, de *Los Aristogatos*), lo cual se ve reflejado en el aumento relativo de los valores de benevolencia, logro e incluso poder.

#### 5.3.4.2 *Análisis de los deseos según la escala de valores en género masculino*

Gráfico 5.3.7

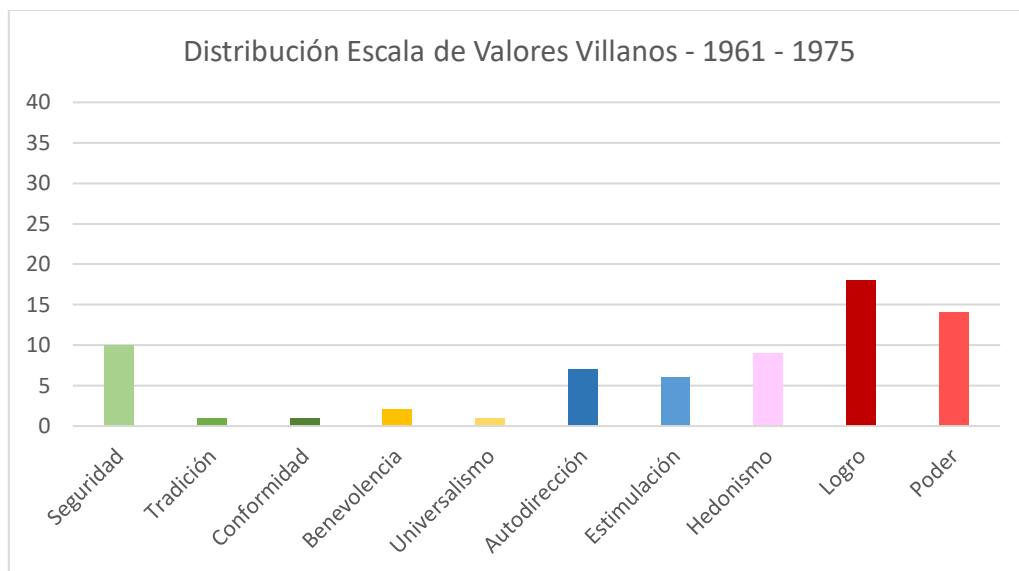


**Evidencia deseos-valores género masculino:** La distribución de los valores expresados en este periodo se mantiene bastante estable, salvo por los aumentos destacados de los valores de seguridad, conformidad y benevolencia. Es especialmente llamativa esta

tendencia, porque hasta esta época, son valores que se han observado más entre cantantes de género femenino. Aparecen, sobretodo, en *Mary Poppins* (28, 29A, 33A, 35A) y *Robin Hood* (49).

#### 5.3.4.3 *Análisis de los deseos según la escala de valores en villanos*

Gráfico 5.3.8

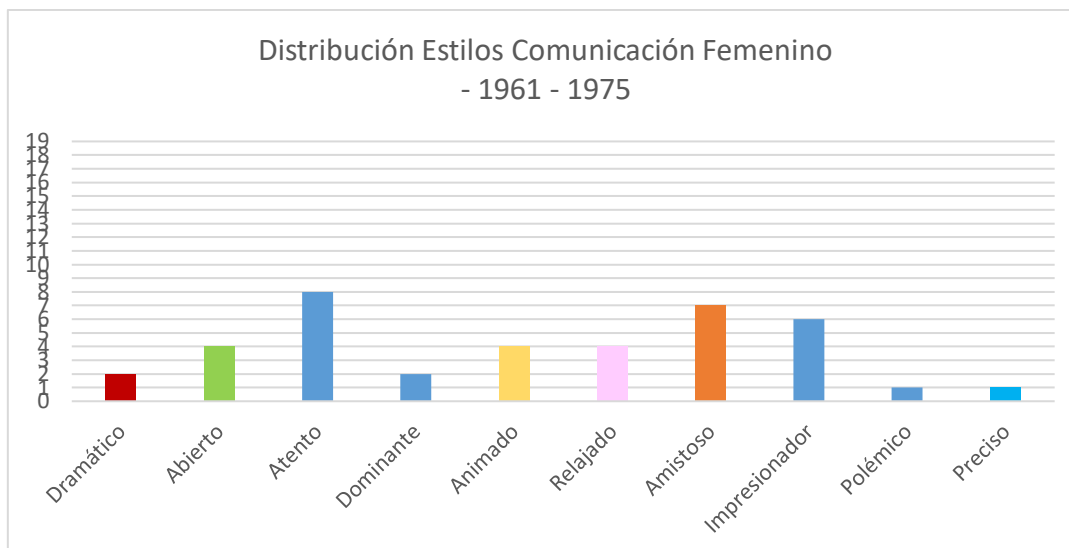


**Evidencia deseos-valores villanos:** Con una muestra también relativamente pequeña, se observa una bajada notable en los valores de tradición, conformidad, benevolencia, autodirección y hedonismo. Sólo la seguridad, el logro y el poder mantienen sus niveles relativos, el logro y el poder siendo los valores más representados por los villanos. De nuevo, destaca que el único villano femenino, Madame Mim, en la canción 26, de *Merlín el encantador*, refleja los mismos valores que los villanos masculinos, alejándose de la misma manera de los personajes femeninos héroes/buenos o neutros.

#### 5.3.5 *Análisis del estilo de comunicación*

##### 5.3.5.1 *Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género femenino*

Gráfico 5.3.9

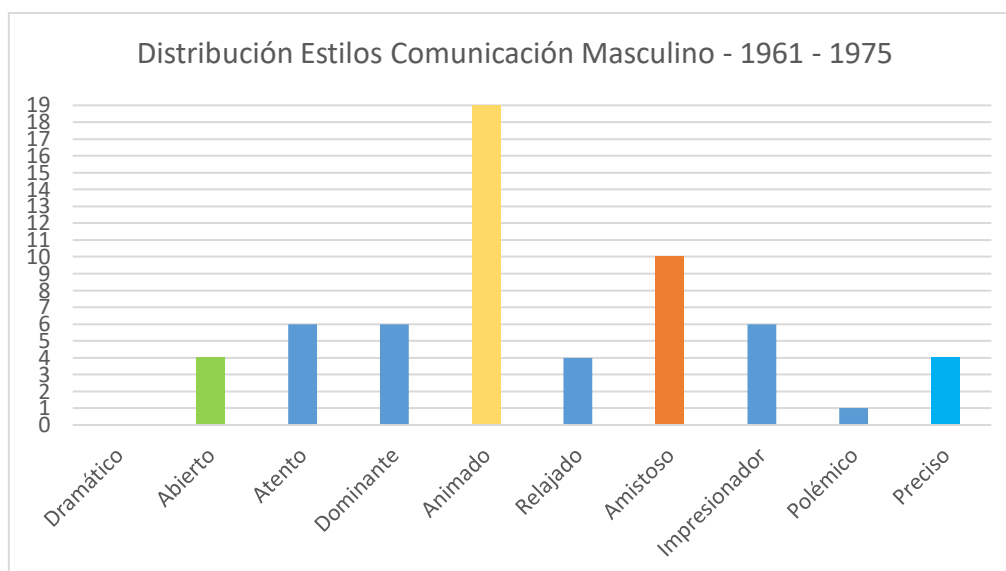


**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género femenino:** Predominan los estilos de comunicación atento, amistoso e impresionador. Cabe destacar que los personajes que emplean estilos impresionadores son, precisamente, Mary Poppins, de *Mary Poppins*, y Duquesa, de *Los Aristogatos*, dos personajes con cierta autoridad con respecto a los demás personajes de su entorno. En cuanto a la explicitación, predomina la indirecta, aunque también con varios casos de directa y disimulada/manipuladora. Curiosamente, la explicitación disimulada – que se suele ver más entre los villanos – se observa en la 33B, cantada por Mary Poppins, de *Mary Poppins*.

**Evidencia nivel de acción visual:** Predomina un nivel de acción medio para esta muestra concreta de cantantes/canciones, aunque hay ejemplos tanto activos como pasivos. Por lo general, no difieren mucho entre el nivel de acción verbal y el visual, por ejemplo: Jane, en la 29B, de *Mary Poppins*, lee su redacción, sentada o arrodillada, sin mover nada más que la cabeza. Sujeta la hoja entre las manos, pero éstas las tiene apoyadas sobre lo que parece una mesa o un sofá. Se trata de un nivel de acción visual pasivo, en contraste con el nivel de acción verbal, observado anteriormente, que resulta algo más activo. En el otro extremo de la escala, encontramos a Eglantine, o la Srta. Price, en la 46A, de *La bruja novata*, cuando lanza su hechizo, al principio muy quieta, para luego ponerse a bailar alegremente con los zapatos, con grandes gestos de brazos y pies, dando lugar a un nivel de acción visual activo. Esto supone un reflejo bastante preciso del nivel de acción verbal que expresa, también activo.

#### 5.3.5.2 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género masculino

Gráfico 5.3.10

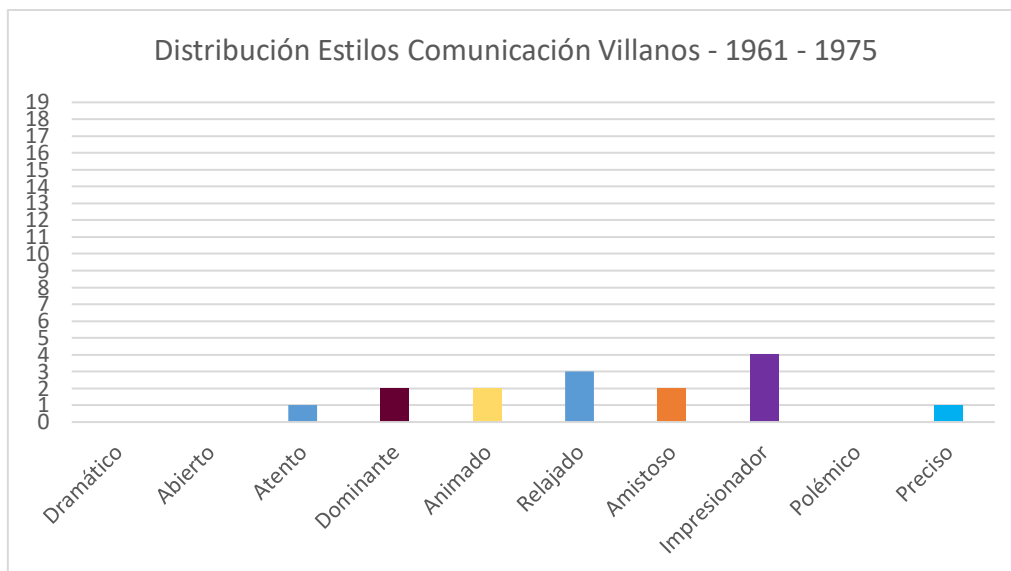


**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género masculino:** Los estilos de comunicación más empleados aquí son, con diferencia, el animado y el amistoso, marcando un descenso notable de los estilos dramático, abierto, atento, dominante e impresionador. De hecho, sólo cinco de los cantantes/canciones de esta muestra no reflejan ninguno de estos estilos. Los que más han sido el Tío Álburt y Bert, en la 32A y 32B, de *Mary Poppins*, el Sr. Banks y Bert, en la 35A y 35B, también de *Mary Poppins* y, Jazz, O'Malley y los demás gatos jazz, en la 43A, de *Los Aristogatos*.

**Evidencia nivel de acción visual:** Al igual que los personajes de género femenino de esta época, para el conjunto de sus canciones, llevan un nivel de acción visual medio, variando entre pasivo y muy activo. El ejemplo del nivel pasivo viene de Pooh, en la 50B, de *Lo mejor de Winnie the Pooh*, donde se queda totalmente quieto mientras sus amigos trabajan duro para ayudarlo a salir de donde se encuentra atascado. Sale volando, gracias a la ayuda de sus amigos, sólo para volver a quedarse atascado, esta vez en el tronco de un árbol, donde se pone a comer miel, estando en una posición horizontal, sin apenas moverse. Concuerda bastante con el nivel de acción verbal poco activo que emplea mientras canta. A diferencia de esta escena es la canción 32A, de *Mary Poppins*, donde el Tío Álburt flota en lo alto de su casa, volando, haciendo volteretas y bailando enérgicamente. Visualmente, resulta muy activo, aunque el lenguaje verbal que utiliza refleja un nivel medio de acción.

### 5.3.5.3 *Análisis del estilo de comunicación y explicitación en villanos*

Gráfico 5.3.11



**Evidencia estilo de comunicación-explicitación villanos:** En este caso, predomina el estilo de comunicación impresionador, con un aumento notable del relajado y un descenso de casi todos los demás estilos desde el periodo anterior. Llama la atención el hecho de que el único villano de género femenino, Madame Mim, en la 26, de *Merlín, el encantador*, es el único villano que utiliza los estilos animado y atento. Por otra parte, destaca que entre los cinco villanos utilizan explicitación directa y disimulada/manipuladora, a partes casi iguales.

**Evidencia nivel de acción visual:** Los villanos de este periodo muestran un espectro de acción visual desde poco activo hasta muy activo. De hecho, tres de los cinco villanos son visualmente poco activos durante sus canciones, incluyendo al Sr. Dawes y los demás banqueros, en la 34, de *Mary Poppins*, Kaa, en la 38, de *El libro de la selva* y, Edgar, en la 39, de *Los Aristogatos*. El único villano de género femenino, Madame Mim, en la 26, de *Merlín, el encantador*, resulta ser el único en mostrar un nivel de acción visual muy activo, ya que pasa casi toda la canción pegando saltos, bailando, volando, girándose enérgica y locamente. Cabe destacar que esto contrasta con el nivel de acción verbal medio que emplea, observado anteriormente.

### 5.3.6 Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico

Las principales conclusiones del “qué”: los valores y, el “cómo”: la forma en la que se expresan, en las canciones de los clásicos del periodo Disney analizado:

- El qué (los sueños y los valores que representan): En las canciones estudiadas de este periodo, se observan algunos cambios con respecto a las canciones del periodo anterior.

Aunque – entre los personajes/cantantes de género femenino – todavía predominan los sueños relacionados con el amor y los allegados, reflejando los valores de la seguridad, el logro y la benevolencia, también se observan sueños sobre las nuevas experiencias y habilidades, los éxitos compartidos y las decisiones propias, reflejando otros valores, como la autodirección y la estimulación. Entre los cantantes de género masculino y, también los grupos de género mixto, se observa un cambio en el otro sentido. Aumentan los sueños relacionados con el bienestar de los allegados, con aumentos significativos entre los valores de la seguridad, la conformidad y la benevolencia. En contraste, entre los villanos, predominan los valores del poder y el logro, en los deseos de hacer maldad, o de controlar, aprovecharse de, o lograr algo de otros.

- El cómo (los estilos de comunicación y los niveles de actividad/pasividad verbal y visual): Durante este periodo, los personajes de género femenino muestran un ligero aumento en el uso de verbos de mayor acción en la 1ª persona. A pesar de esto, siguen empleando un lenguaje poco activo o, incluso pasivo, en conjunto. Entre los personajes de género masculino, sin embargo, se observa un descenso muy marcado en el uso de la 1ª persona en general, mostrando una bajada notable de actividad verbal hacia un nivel de acción poco activo, tirando a pasivo. Los grupos de cantantes de género mixto repiten esta tendencia. En el caso de los villanos, se emplea mucho más la 1ª y la 2ª persona, aunque en la 1ª predominan los verbos copulativos; en la 2ª usan mucho el imperativo y el subjuntivo, reflejando la intención del deseo, por lo que hay una especie de equilibrio a un nivel de acción verbal medio. Respecto al nivel de acción visual, para cada muestra de esta época, en conjunto se observa un nivel medio, con ejemplos tanto pasivos como muy activos, pero la mayoría siendo poco activos o de un nivel medio. En cuanto los estilos de comunicación prevalecen los estilos: atento, amistoso e impresionador entre los personajes de género femenino, los estilos animado y amistoso entre los de género masculino, abierto y animado entre los grupos de género mixto e impresionador y animado entre los villanos. Por último, destaca la distribución de los tipos de explicitación de los deseos y el hecho de que aparece la disimulada/manipuladora, tanto entre los héroes/buenos/neutros como entre los villanos.

De nuevo, reflexionamos sobre el contexto histórico de la sociedad española correspondiente a esta época. Con la liberalización de la economía a principios de los años 60, surgió la necesidad de contar con más recursos humanos y financieros, de cara a un periodo de expansión económica, impulsando la Ley de Derechos Políticos, Profesionales y de Trabajo de la Mujer de 22 de julio de 1961 que concedió a las mujeres

el mismo derecho (que los hombres) al trabajo remunerado, salvo en aquellas profesiones que implicaran el uso de las armas. Cabe destacar que esta ley tampoco quitó el requisito del permiso marital para trabajar, exigencia que seguiría vigente hasta el año 1976. Sin embargo, sí que supuso un logro sumamente importante en la adjudicación y el reconocimiento del derecho de las mujeres a trabajar y a ser elegidas para puestos públicos. (Folguera Crespo, 1997) Se trata de una época de cambio social en España, terminando en la muerte de Francisco Franco en 1975, la cual abrió la puerta a la transición y la democracia. A diferencia de la época anterior, a nivel sociopolítico, se observa la paulatina salida del aislacionismo internacional, y el alineamiento al eje de los Estados Unidos. También aumentaron los movimientos que discrepaban del régimen. Se crearon asociaciones femeninas que reclamaban la igualdad de derechos y se empezó a admitir el papel de la mujer en la sociedad, además de en el hogar, incluso a nivel legislativo. A partir de la Ley de Derechos Políticos en el año 61, se reconoció la posibilidad de trabajar de la mujer en los mismos empleos que los hombres, salvo en los penosos, aunque con el consentimiento del marido; como resultado, la población activa femenina empezó a crecer.

Gracias a la independencia económica de quienes trabajasen – aunque fuera en profesiones “femeninas”, como secretaria, maestra o enfermera – esto supuso una liberación de la necesidad de casarse para salir de la miseria. Otros ejemplos de progreso fueron la reaparición de las escuelas mixtas, y la mayor participación de la mujer en el deporte, aunque todavía con reticencias por sus posibles efectos masculinizantes. También durante esta época, surgió un nuevo medio de comunicación que desplazó al cine: la televisión. Resulta significativo que los contenidos de la televisión eran más de tipo familiar, para personas menos cultas y más mayores. En cambio, el cine atraía a personas más jóvenes y cultas, ofreciendo contenidos más explícitos. Todo esto podía influir en los valores de la población, reflejados por el hecho de que las mujeres empezaron a perseguir algo más que el matrimonio y la maternidad, como los estudios o una profesión para realizarse como personas, mientras que los valores comenzaron a buscar una mayor satisfacción personal, en lugar de ser únicamente máquinas de trabajo.

Respecto a Disney, este periodo fue marcado por más largometrajes de fuentes más modernas (*101 dálmatas*, *El libro de la selva*, *Los aristogatos*, *Robin Hood*), pero sobre todo por un largometraje que era una mezcla de actores reales con secuencias animadas: *Mary Poppins*. Considerado un “Clásico” honorífico, fue nominado a 13 premios Oscar

y ganó 5 de ellos. Tras el éxito enorme de este modelo, Disney intentó repetir con *La bruja novata*, que también recibió buena crítica, pero no tuvo tanto éxito en taquilla. Por otra parte, fue durante esta época cuando Disney abrió su segundo parque temático: Disney World, en Orlando, Florida. Resulta interesante que los cambios observados entre los personajes héroes/buenos y neutros de los “Clásicos” de Disney parecen reflejar los cambios sociales y políticos – y los cambios de valores – ocurridos en España durante esta época: la creación de asociaciones femeninas que reclaman la igualdad de derechos se observa en la madre sufragista de *Mary Poppins*.

Se refleja una tendencia a aumentar el nivel de actividad por parte del género femenino, lo cual va en línea con la incorporación de la mujer al ámbito productivo del trabajo remunerado, los deportes y la política. En cambio, se observa una marcada disminución en la actividad por parte del género masculino, acorde con la mayor aceptación y disfrute del varón en el ámbito personal y doméstico, como hijo, marido y padre de familia y, no sólo como sustentador principal. Destaca el caso del padre banquero de *Mary Poppins*, a quien se le anima a desempeñar un papel más activo y presencial en la crianza de sus hijos, cosa que antes él atribuiría a su mujer y a la niñera de los niños. De hecho, se trata de uno de los mensajes más significativos de dicho “Clásico”, ya que quien más aprende de esta niñera mágica no son los niños, sino el padre. La situación sólo se resuelve cuando él empieza a hacerse partícipe en la vida de sus hijos.

#### 5.4 Análisis del periodo: 1976-1990

##### 5.4.1 Canciones incluidas en el periodo

A continuación, se incluyen las canciones seleccionadas, que cumplen los criterios establecidos para su análisis, en este cuarto periodo, de 1976 a 1990. La muestra para esta época ( $n = 38$ ) es muy ligeramente más pequeña que la media de 40 personajes cantantes por periodo y, se apreciará que un gran número de canciones procede de *Pedro y el dragón Elliot*, el único “Clásico” honorífico perteneciente a esta época. Cabe destacar el hecho de que, de no ser por este último, la muestra de personajes de género masculino (héroes/buenos o neutros) habría sido tan pequeña como para suponer un sesgo inaceptable en nuestro estudio.



Cuadro 9. Listado de canciones y datos relevantes para la cuarta época

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
51	Jornada (viaje)	Los Rescatadores	23	22/06/1977	25/11/1977	Solista (que representa a Penny)	F	H/B	Estando secuestrada, desea que alguien venga a salvarla.
52	Sociedad de salvamento	Los Rescatadores	23	22/06/1977	25/11/1977	Ratoncitos	Mix	H/B	Desean ayudar a los necesitados.
53 A	Ten fé	Los Rescatadores	23	22/06/1977	25/11/1977	Rufus	M	H/B	Desea animarla a Penny, ante la decepción de la niña por no haber sido adoptada.
53B	Ten fé	Los Rescatadores	23	22/06/1977	25/11/1977	Penny	F	H/B	Desea que le adopte una familia, pero en un cántico, simplemente dice que tiene fé en que se cumplirá su sueño.
54	Mañana un nuevo día será	Los Rescatadores	23	22/06/1977	25/11/1977	Solista (que representa a Bianca)	F	H/B	Bianca desea que Bernardo se deje llevar por el romance de la situación y se deje enamorar de ella.
55	Mañana un nuevo día será (reprise)	Los Rescatadores	23	22/06/1977	25/11/1977	Solista	F	N	Anima a ser optimista (tener fé).
133	También yo a ti	Pedro y el dragón Elliot	H. SN (2)	03/11/1977	25/08/1978	Pedro	M	H/B	Desea reforzar su amistad y expresar su amor por su amigo, el dragón Elliot.
134 A	¡Un dragón!	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/1977	25/08/1978	Lampie	M	H/B	Desea advertir a todos de la presencia de un dragón, con el fin de protegerse y protegerles a ellos.
134 B	¡Un dragón!	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/1977	25/08/1978	Nora	F	H/B	Desea tranquilizar a su padre, al que cree borracho y desvariando.
134 C	¡Un dragón!	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/1977	25/08/1978	Aldeanos	M	N	Desean burlarse de Lampie, al que creen borracho y desvariando.
135 A	Passamaquoddy	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/1977	25/08/1978	Dr. Terminus	M	V/M	Desea vender sus falsas medicinas al pueblo de Passamaquoddy, y con este fin, se dedica a mentir y engañarlos.
135 B	Passamaquoddy	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/1977	25/08/1978	Aldeano(s)	M	N	Desean echarle al Dr. Terminus del pueblo, porque saben que es un farsante; sin embargo, al final, él consigue convencerles que es de fiar, y cambian de parecer.
135 C	Passamaquoddy	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/1977	25/08/1978	Aldeana(s)	F	N	Desean echarle al Dr. Terminus del pueblo, porque saben que es un farsante; sin embargo, al final, él consigue convencerles que es de fiar, y cambian de parecer.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
135 D	Passamaquoddy	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Aldeanos	Mix	N	Desean echarle al Dr. Terminus del pueblo, porque saben que es un farsante; sin embargo, al final, él consigue convencerles que es de fiar, y cambian de parecer.
135 E	Passamaquoddy	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Hoagy	M	V/ M	Desea vender sus falsas medicinas al pueblo de Passamaquoddy, y con este fin, se dedica a mentir y engañarlos.
136	Faro sobre el agua	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Nora	F	H/B	Desea que vuelva su amado, Paul, que se ha perdido en el mar; en esta "torch song", declara su amor y su apoyo constante.
137 A	Todo vale en él	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Dr. Terminus	M	V/ M	Desea hacerse rico, vendiendo todas las piezas del dragón, Elliot.
137 B	Todo vale en él	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Hoagy	M	V/ M	Desea hacerse rico, ayudándole al Dr. Terminus a vender todas las piezas del dragón, Elliot.
138 A	Tenemos un papel aquí	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Lena Gogan	F	V/ M	Desea recuperar a Pedro para usarlo como esclavo y librarse del trabajo de la granja.
138 B	Tenemos un papel aquí	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Hijos Gogan	M	V/ M	Desean recuperar a Pedro para usarlo como esclavo y librarse del trabajo de la granja.
138 C	Tenemos un papel aquí	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Merle Gogan	M	V/ M	Desea recuperar a Pedro para usarlo como esclavo y librarse del trabajo de la granja.
138 D	Tenemos un papel aquí	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Nora	F	H/B	Desea protegerle a Pedro de la familia Gogan y, adoptarlo ella misma.
139 A	¡Un dragón! (reprise)	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Aldeanos	Mix	N	Desean reconocer y agradecer que el dragón, Elliot, les ha salvado a todos.
139 B	¡Un dragón! (reprise)	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Nora	F	H/B	Desea reconocer y agradecer que el dragón, Elliot, les ha salvado a todos.
139 C	¡Un dragón! (reprise)	Pedro y el dragón Elliot	H. SN	03/11/ 1977	25/08/ 1978	Lampie	M	H/B	Desea reconocer y agradecer que el dragón, Elliot, les ha salvado a todos.
56	Ser feliz es lo que quiero	Tod y Toby	24	10/08/ 1981	27/11/ 1981	Slade	M	V/ M	Desea ser feliz tal y como es, sin otro trabajo que el de cazador.
57 A	Decir adiós parece eterno	Tod y Toby	24	10/08/ 1981	27/11/ 1981	Viuda Tweed	F	H/B	La Viuda Tweed espera quedarse con los buenos recuerdos de su vida con Tod tras el adiós.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
57B	Decir adiós parece eterno	Tod y Toby	24	10/08/ 1981	27/11/ 1981	Coro (que representa a la Viuda Tweed) en off	F	H/B	Se espera quedarse con los buenos recuerdos tras el adiós.
58 A	El delincuente más cruel	Basil, el ratón superdetective	26	02/07/ 1986	05/12/ 1986	Ratigan	M	V/ M	Desea ser el delincuente más cruel, el rey de los delincuentes. También se revela que desea ser rey, a secas, ya que pretende atentar contra la reina en la celebración del aniversario de su coronación, para así llevarse él la corona y el trono.
58B	El delincuente más cruel	Basil, el ratón superdetective	26	02/07/ 1986	05/12/ 1986	Matones y ratón borracho	M	V/ M	Quieren ayudar a Ratigan, a quien admiran y quieren.
59	Tu amiga quiero ser	Basil, el ratón superdetective	26	02/07/ 1986	05/12/ 1986	Cabareteras	F	N	En la taberna su trabajo es entretener y animar al público, ofreciendo ser su "amiga". Sin embargo, la actuación también se usa como distracción para que los delincuentes (incluso los taberneros) puedan hacer de las suyas.
60	No me preocupo	Oliver y su pandilla	27	18/11/ 1988	28/11/ 1989	Dodger	M	H/B	Aunque en su canción, Dodger presume de su éxito en general, aparentemente, también desea llevarse las salchichas que ha conseguido con la ayuda de Oliver. En el fondo, parece que quiere ponerle a Oliver a prueba, a ver si puede seguirlo hasta el barco donde vive el clan.
61 A	Serás un campeón	Oliver y su pandilla	27	18/11/ 1988	28/11/ 1989	Rita	F	H/B	Desea enseñarle a Oliver a formar parte de la pandilla.
61B	Serás un campeón	Oliver y su pandilla	27	18/11/ 1988	28/11/ 1989	El clan	Mix	H/B	Desea enseñarle a Oliver a formar parte de la pandilla.
62	La perfección soy yo	Oliver y su pandilla	27	18/11/ 1988	28/11/ 1989	Georgette	F	V/ M	Desea sentirse "perfecta" y seducir con su perfección.
63	Felices los dos	Oliver y su pandilla	27	18/11/ 1988	28/11/ 1989	Jennifer	F	H/B	Desea adoptar a Oliver para vivir felices juntos.
64	Parte de tu mundo	La Sirenita (versión latinoamericana )	28	17/11/ 1989	05/12/ 1990	Ariel	F	H/B	Al principio, desea formar parte del mundo fuera del agua. Tras rescatar al Príncipe Eric, este deseo aumenta, porque ya quiere estar con él.
65	Pobres almas sin sol	La Sirenita (versión latinoamericana )	28	17/11/ 1989	05/12/ 1990	Úrsula	F	V/ M	Mediante el contrato que firma Ariel, que espera le resulte imposible de cumplir, piensa hacerse con el alma de la sirenita y, de esta manera, conseguir poder

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
									sobre el padre de ésta, Poseidón.

(1): Número de canción de la muestra. (2): Número de “Clásico”. (3): Género: F: Femenino; M: Masculino; Mix: Mixto.

(4): Tipo de personaje: H/B: Héroe/Bueno; V/M: Villano/Malo; N: Neutro

#### 5.4.2 Principales evidencias encontradas

Los análisis realizados muestran las siguientes conclusiones para el periodo de estudio. En la tabla se puede apreciar en horizontal el género estudiado y en vertical el análisis (Actividad según verbos, Deseos y valores, y Estilo de comunicación)

- En resumen, se observa como el género femenino experimenta un aumento en el uso de la 1ª persona, aunque con un poco menos nivel de actividad en ésta, también expresando un nivel de acción ligeramente más alto en la 2ª persona y las formas no personales; esto se refiere al predominio de los deseos asociados al bienestar de otros, con aumentos destacables en los valores de seguridad, benevolencia y universalismo, mientras bajan los valores asociados a *self-enhancement*, entre otros. El valor de poder desaparece del todo. Los estilos de comunicación más utilizados por los cantantes de género femenino en esta época son amistoso, abierto y animado, con una explicitación repartida entre directa e indirecta.
- Entre los personajes de género masculino se observa la consolidación del predominio de la 1ª persona, aunque con un nivel de acción verbal medio. Por otra parte, llama la atención el hecho de que los valores que expresan se van asemejando a los valores expresados por los personajes de género femenino, con un predominio de la seguridad y la benevolencia, con caídas drásticas de los valores tradición, conformidad, autodirección, estimulación, hedonismo y logro. Aquí el valor de poder también desaparece. Estos personajes de género masculino utilizan más el estilo de comunicación amistoso, con un predominio de la explicitación directa, aunque con casos de la indirecta y la disimulada/manipuladora.
- El género mixto emplea muy poco la 1ª y 2ª persona, usando un nivel de acción verbal medio, para expresar deseos que reflejan los mismos valores que los personajes de género

femenino y masculino: la seguridad y la benevolencia. Destaca el estilo de comunicación animado, con mucha diferencia, y el uso de la explicitación directa.

- Entre los villanos, se observa una actitud activa en general en el uso de la 1ª persona, con un aumento de los tipos de verbos más activos, mientras hay un predominio de la 3ª persona con verbos pasivos. El poder y el logro (ahora invertidos) siguen siendo los valores más representados, expresados a través de los estilos de comunicación dramático, animado e impresionador y, con una explicitación repartida entre directa, indirecta y disimulada/manipuladora.
- Por último, indicar el mayor uso femenino del futuro, y la semejanza de los géneros femenino y masculino en el uso de la 1ª y 3ª persona en presente.

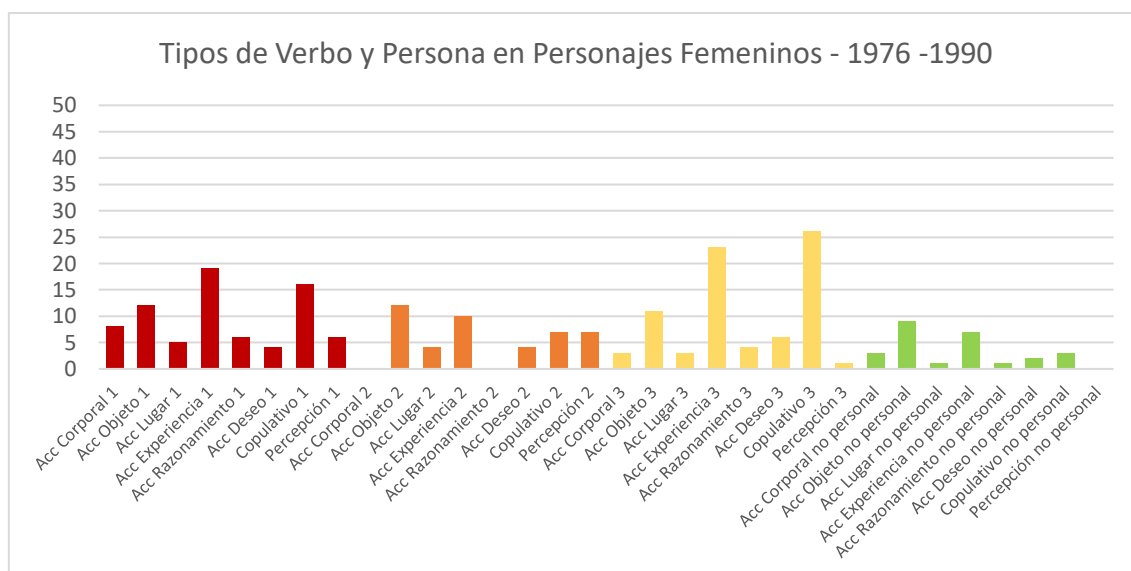
Cuadro 10

Resumen de Evidencias Periodo 1976-1990				
		Análisis Verbal Actividad-Pasividad	Análisis Deseos-Valores	Análisis Estilo de Comunicación - Explicitación
Femenino	1ªPersona	Aumento del uso de la 1ª persona, con más actividad sobre las otras	Los deseos asociados al bienestar de otros predominan, con un aumento destacable en seguridad, benevolencia y universalismo; bajan los valores de tradición, conformidad, estimulación y logro. El poder desaparece.	Predominan los estilos de comunicación amistoso, abierto y animado. La explicitación es una mezcla de directa e indirecta.
	2ªPersona	La 2ª persona refleja una actividad media, gracias a los imperativos		
	3ªPersona	Actitud más Pasiva, frente al periodo anterior		
	No Personales	Aumentan las formas más activas para un nivel ligeramente más alto		
Masculino	1ªPersona	Predomina el uso de la 1ª persona, con una actividad media	Al igual que el género femenino, destacan la seguridad y la benevolencia, con bajadas muy drásticas de tradición, conformidad, autodirección, estimulación, hedonismo y logro. El poder desaparece.	Predomina el estilo de comunicación amistoso, seguido por el dramático y el atento. También predomina la explicitación directa, con casos únicos de indirecta y disimulada/manipuladora.
	2ªPersona	Uso todavía limitado, pero ligeramente más activo		
	3ªPersona	Uso bastante pasivo		
	No Personales	Apenas se usan en esta época y llevan una actividad media		
Mixto	1ªPersona	Poco uso con actividad media	Predominan los valores de la seguridad y la benevolencia, con aumentos de seguridad y universalismo, mientras desaparece la conformidad.	Destaca el estilo de comunicación animado, con mucha diferencia y, la explicitación directa.
	2ªPersona	Poco uso con actividad media		
	3ªPersona	Predomina el uso de la 3ª persona, con una actividad media		
	No Personales	Poco uso con un nivel un poco mayor de actividad		
Villanos	1ªPersona	Aumento de formas más activas, actitud activa en general	Siguen predominando los valores de poder y logro (ahora invertidos), mientras los demás valores se mantienen más o menos estables, con la desaparición de conformidad, benevolencia y universalismo.	Predominan los estilos de comunicación dramático, animado e impresionador, dentro de una distribución más completa, a la vez que una explicitación más repartida entre los tres tipos.
	2ªPersona	Poco uso, pero con una actividad media o un poco mayor		
	3ªPersona	La forma más usada y con una actitud pasiva		
	No Personales	Uso casi nulo, con actividad media		
	Uso del Tiempo	Mayor uso de futuro en femenino; se van igualando la 1ª y 3ª en presente para ambos géneros		

### 5.4.3 Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos

#### 5.4.3.1 Evidencias actividad/pasividad género femenino

Gráfico 5.4.1



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género femenino:** Se observa un aumento notable en el uso de la 1ª persona, con respecto al periodo anterior, sobretodo en el uso de los verbos de lugar (vamos, me iré, volveré, vendré...) y de experiencia (buscaremos, tengo, descubrí, vamos a gozar, quiero explorar...), a la vez que los verbos copulativos (seré, estaremos, quiero ser...) y de percepción (vi, quiero ver, siento, podré ver...). Sólo mirando la 1ª persona, la actitud que predomina es ligeramente menos activa que el periodo anterior, porque este incremento ha ocurrido en verbos un poco menos activos. Sin embargo, en comparación también con las demás personas, ha aumentado de tal manera que podría decirse que la actividad es mayor a grandes rasgos.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género femenino:** Al igual que en el uso de la 1ª persona, se observa un aumento en el uso de la 2ª persona por los personajes de género femenino, especialmente en los verbos de objeto (no des, hacías falta, prestas, di...) y de experiencia (déjame, no fastidien, puedes contar, usas, espera...), por una parte, y en los verbos de percepción (viste, verás, ve, ves...), por otra parte. Por la naturaleza de los verbos de acción, esto indica una mayor actividad a nivel de la 2ª persona. La presencia de varios verbos imperativos (y órdenes en subjuntivo) dentro de esta categoría refleja cierto interés o deseo por parte del locutor, elevando ligeramente el nivel de acción, que sin dichos imperativos resultaría puramente descriptivo desde la perspectiva del locutor.

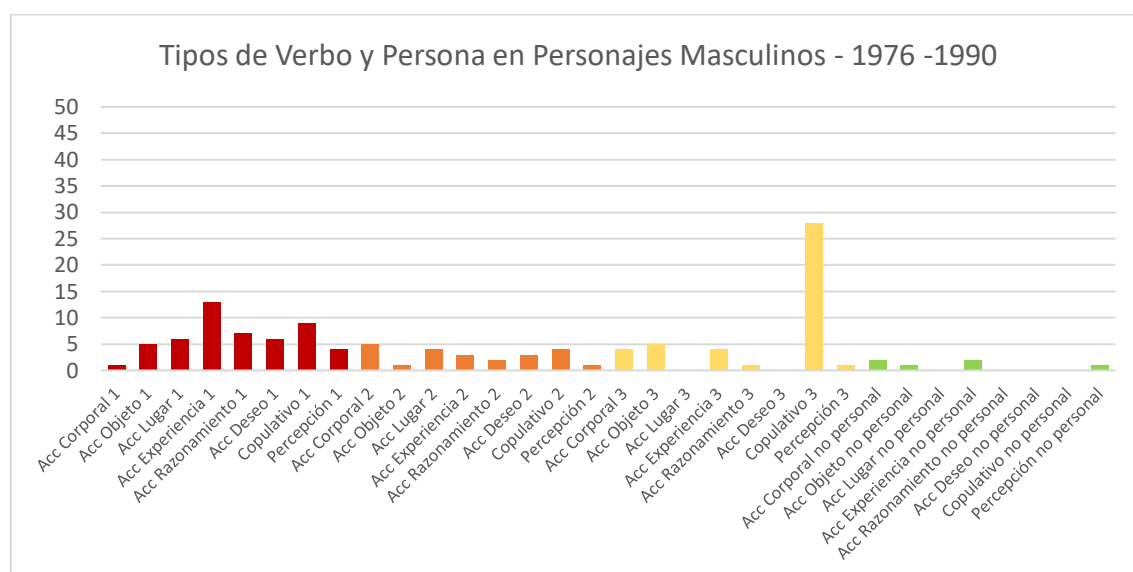
**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género femenino:** Para esta época, se observa una distribución un poco más amplia de los verbos en 3ª persona, mientras los verbos de experiencia (salvará, se encuentra, no queda, terminarán, se llaman...)

mantienen un nivel alto y, los verbos copulativos (Será, existe, es, está, era, habrán, son, hay, no hay...) muestran un despunte muy llamativo, tanto con respecto al periodo anterior como en cuanto a los demás tipos de verbos. Muestra un nivel notable de pasividad, lo cual resulta meramente descriptivo desde el punto de vista del locutor.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género femenino:** Dentro de las formas no personales, destacan los verbos de objeto (hacer, decir, usar, no tener, descubrir...) y de experiencia (realizar, asustar, romper, vivir...), lo cual implica mayor actividad. Sin embargo, en comparación con las demás formas, mantiene una proporción discreta, incluso más pequeña, que en la época anterior y que en esta misma época.

#### 5.4.3.2 Evidencias actividad/pasividad género masculino

Gráfico 5.4.2



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género masculino:** Predomina el uso de la 1ª persona en general, en comparación con las otras formas y en comparación con la época anterior. Han aumentado todos los tipos de verbos, salvo los verbos corporales, con los verbos de experiencia (nos conocimos, vamos, juro, voy a asustar, voy...) y los verbos copulativos (somos, estoy, soy...) destacando. Como conjunto, refleja un nivel de actividad medio, considerando tanto la distribución de los verbos en 1ª persona como el poco uso de las otras formas.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género masculino:** La distribución del uso de la 2ª persona en esta época destaca por ser casi igual, con niveles más bajos

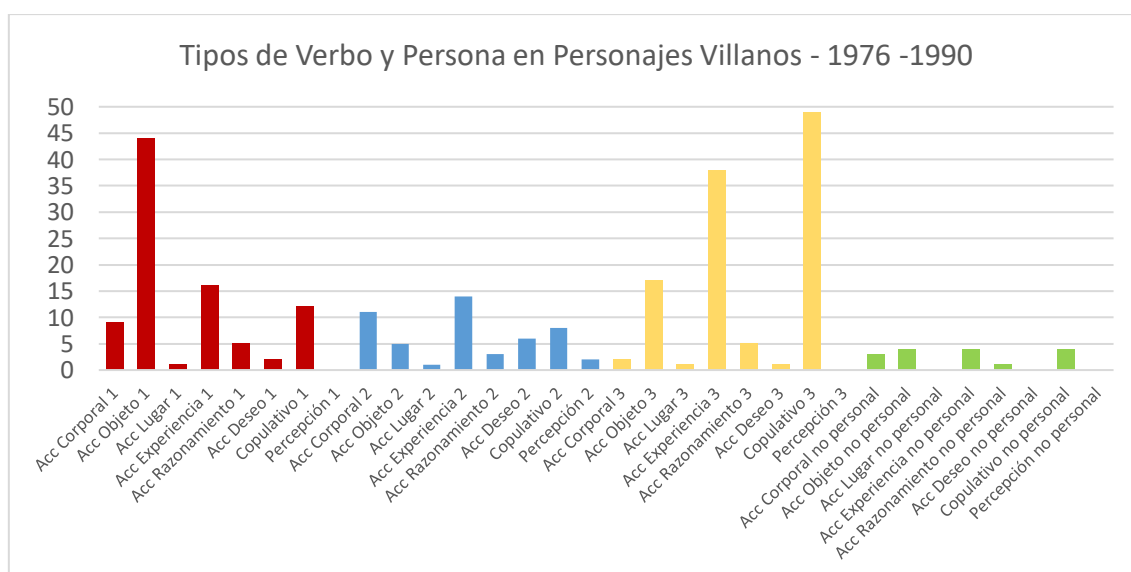
representados por los verbos de objeto (sabes mostrarme) y de percepción (sueles ver). También llama la atención el poco peso relativo de esta forma en comparación con las demás formas, aunque esto no difiere significativamente desde el último periodo. Sí que se aprecian varios casos de verbos en imperativo o subjuntivo (no te alejes, entra, no vengas, lárgate...), cosa que aumenta ligeramente el nivel de acción en general, dado que refleja un deseo del locutor.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género masculino:** Predomina el uso de los verbos copulativos (es, existe, no es, era, son, pudo existir, no hay...) y con mucha diferencia. Supera en mucho a los verbos corporales (ni se puede tocar, escupe, nos va a comer...), de objeto (no se puede comprar, tiene, detenga...) y de experiencia (destrozaré, vibra...), lo cual le confiere un nivel de pasividad muy elevado. Siendo la 3ª persona, sin embargo, resulta descriptivo de cara a la perspectiva del locutor, por lo que influye poco en la actividad/pasividad verbal del cantante.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género masculino:** El uso de las formas no personales destaca porque es casi nulo. Dentro de éste, con sólo seis casos, hay una distribución que da un nivel de acción medio o pasivo: verbos de acción (jugar, caminar), de objeto (hacer), de experiencia (andar, parar) y de percepción (ver).

#### 5.4.3.3 Evidencias actividad/pasividad villanos

Gráfico 5.4.3





**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona villanos:** Aumenta notablemente la actividad reflejada en el uso de la 1ª persona entre los villanos de este periodo, con una mayoría de verbos de objeto (había recibido, voy a proponer, demostraré, venderé, podremos tener, tenemos, compramos, no las busco, culpo...), seguidos a una distancia por los verbos de experiencia (agradezco, no puedo negárselo, puedo realizar, reclamamos, veremos, no trabajo...). Hay que indicar que el origen de esta situación puede ser una canción en particular: la 138, de *Pedro y el dragón Elliot*, en cuyo estribillo los cuatro villanos (los miembros de la familia Gogan) repiten varias veces: “Tenemos un papel aquí...”. De todas maneras, como conjunto, los villanos emplean un lenguaje activo en la 1ª persona durante esta época.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona villanos:** Esta forma lo usan bastante menos que la 1ª o la 3ª persona, pero emplean más verbos más activos, sobretodo, verbos corporales (escuchen, trae, puedes decir, tienes que barrer, te rías, hablas, firma, canta...) y de experiencia (puede preguntar, oyes, no envejecerás, puedes, harás, tienes que pagar...). También destaca el uso de algunos verbos imperativos o en subjuntivo, lo cual le aportan un poco más de actividad, desde la perspectiva del locutor/cantante.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona villanos:** La 3ª persona es la forma que más usan los villanos en esta época, con el mayor peso en los verbos copulativos (es, hay, podrán ser, eran, hubo, estaba, no existe, quiere ser...), de experiencia (iban a premiarme, rogarán, aplaudirán, vale, pertenece, dice, hacen llorar, ata...) y de objeto (tratan, curan, pide, puede dar, hay que vender, crearon, ayudó...), en ese orden. Cabe mencionar aquí también que el número tan elevado de verbos de experiencia procede en parte de la canción 137, de *Pedro y el dragón Elliot*, donde los dos villanos (el Dr. Terminus y su ayudante, Hoagy) repiten varias veces el estribillo: “Todo vale en él”. Resulta pasivo, desde la perspectiva de la 3ª persona, a la vez que descriptiva, desde la perspectiva del locutor.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” villanos:** Se observa un uso casi nulo de las formas no personales por parte de los villanos. Aun así, hay una distribución que le da un nivel conjunto de actividad media, con ejemplos de verbos de objeto (cuidar, privar, decir, implorando), de experiencia (volver a ver, pagar, usar, robar) y copulativos (ser) superando a los demás.

#### 5.4.3.4 Evidencias uso del tiempo, género femenino y masculino

**Evidencia de uso del tiempo:** Se aprecia un aumento notable en el uso del futuro en general entre los personajes de género femenino, desde la época anterior, mientras los personajes de género masculino apenas lo usan. En cambio, para los dos géneros, predomina el uso del presente. En este caso, siguen un patrón muy parecido, con mayor uso de la 1ª y la 3ª persona, en ambos casos, con un aumento muy destacado en el uso de la 1ª persona desde el último periodo. Para los personajes de género femenino, se han igualado la 1ª y la 3ª persona en presente, mientras para los personajes de género masculino, el uso de la 1ª persona ha superado al uso de la 3ª, invirtiendo el uso de la última época. El uso del pasado se mantiene como el menos usado por ellas, mientras el uso del pasado supera al uso del futuro entre ellos.

Gráfico 5.4.4

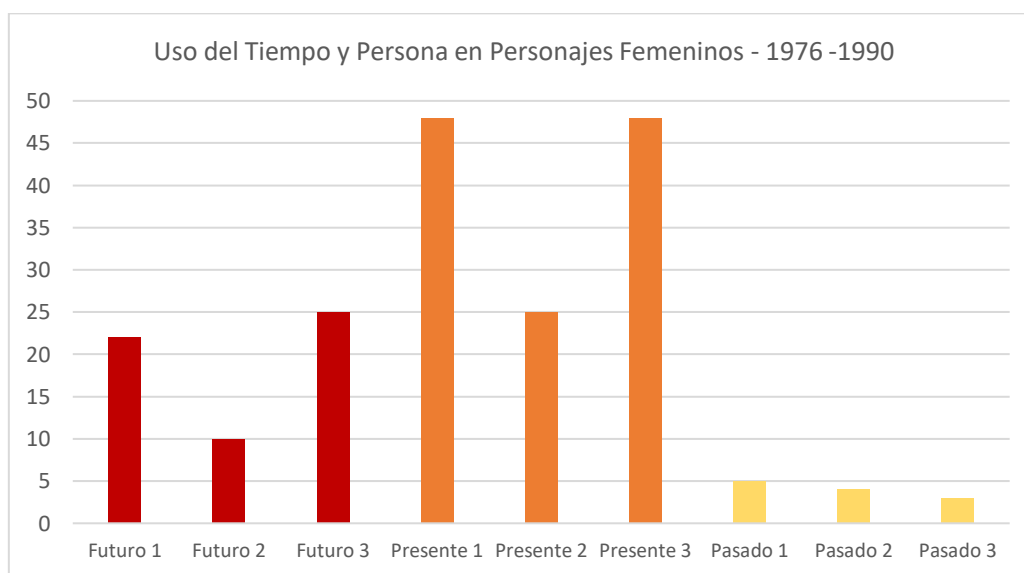
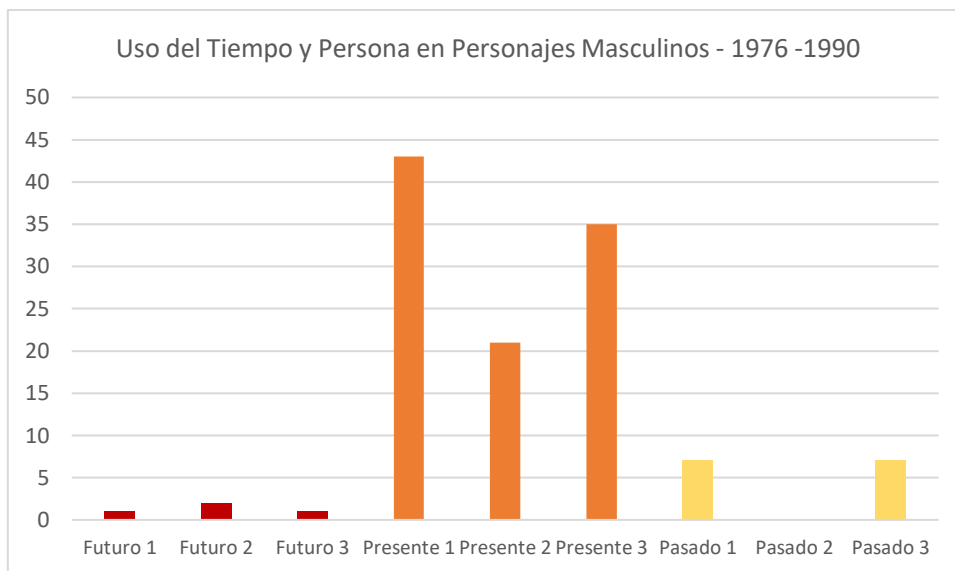


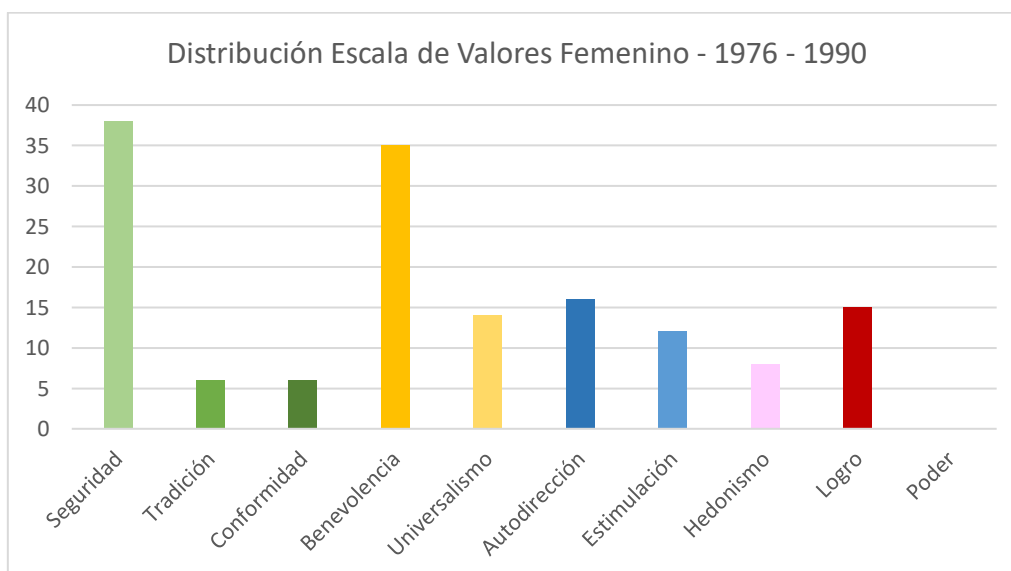
Gráfico 5.4.5



#### 5.4.4 Análisis de los deseos según la escala de valores

##### 5.4.4.1 Análisis de los deseos según la escala de valores en género femenino

Gráfico 5.4.6

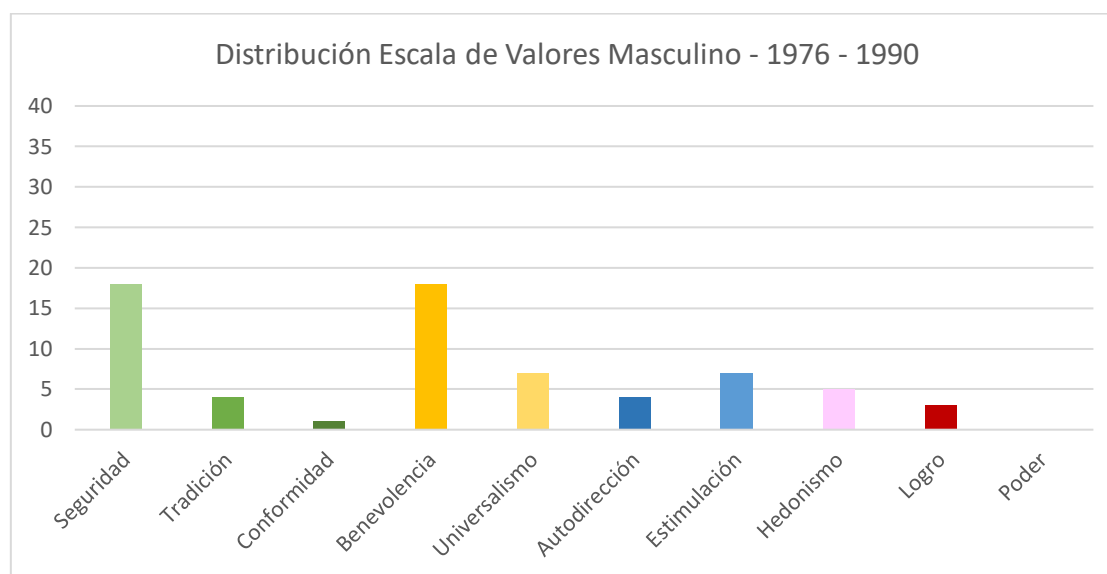


**Evidencia deseos-valores género femenino:** En esta época, predominan los deseos relacionados con el bienestar, el cuidado, la protección y la ayuda a otros, además de con el amor y el cariño familiar. Se observa la tendencia de los personajes infantiles necesitados de ayuda o de amor, como Penny, la huérfana secuestrada de *Los Rescatadores*, Pedro, el huérfano esclavizado de *Pedro y el dragón Elliot*, Oliver, el gatito huérfano y Jennifer, la niña solitaria, de *Oliver y su pandilla*. De ahí salen los valores predominantes de la seguridad y la benevolencia. Los valores de la tradición y la conformidad muestran una caída notable durante esta época, al igual que la estimulación,

mientras que el logro refleja la caída más marcada y el poder desaparece. Esto se debe, en gran parte, a una falta relativa de personajes femeninos con sueños más relacionados con *self-enhancement* y *openness to change*. Sólo están Bianca de *Los Rescatadores*, las cabareteras de *Basil el ratón superdetective* y Ariel de *La Sirenita*. De hecho, es este último “Clásico” de esta época el que marcaría el cambio de la llamada “edad oscura” al “renacimiento” de Disney, que ocuparía la siguiente década.

#### 5.4.4.2 Análisis de los deseos según la escala de valores en género masculino

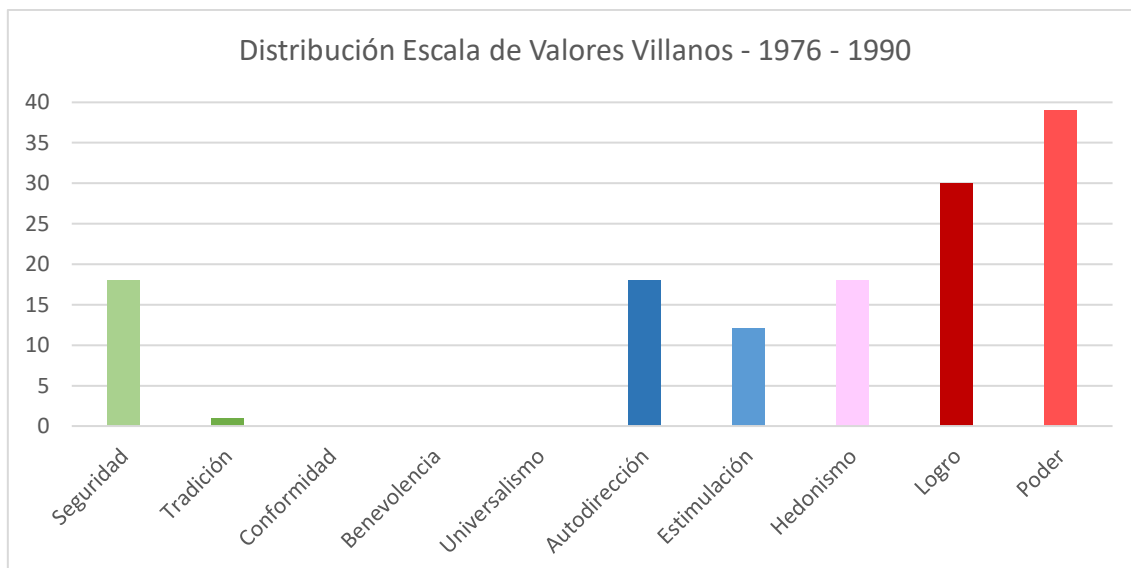
Gráfico 5.4.7



**Evidencia deseos-valores género masculino:** Se parecen mucho los valores expresados por los personajes de género masculino y femenino durante este periodo, con un despunte muy llamativo de la seguridad y la benevolencia. De hecho, con una sola excepción (los aldeanos en la taberna durante la canción 134 de *Pedro y el dragón Elliot*, que sólo pretenden pasarlo bien), todos pretenden ayudar a otros de alguna manera, sea ofreciendo consuelo, mostrando amor y amistad, avisando de un peligro, o de otra forma intentando proteger a otros. Aquí también han bajado drásticamente los valores relacionados con *self-enhancement* y *openness to change*, además de la tradición y la seguridad.

#### 5.4.4.3 Análisis de los deseos según la escala de valores en villanos

Gráfico 5.4.8

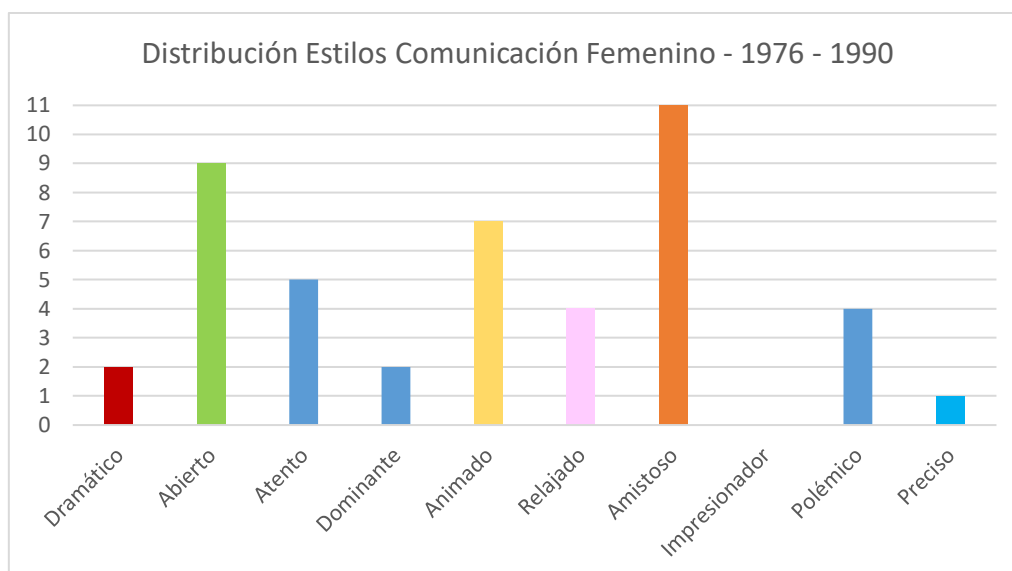


**Evidencia deseos-valores villanos:** Llama la atención que la muestra de villanos de esta época supera el tamaño de la muestra de cantantes de género masculino, aunque también cabe destacar que entre los villanos hay dos personajes de género femenino. De todas maneras, como vamos viendo en cada periodo, los villanos tienden a expresar deseos relacionados con los mismos valores, sean de género masculino o femenino. De hecho, la distribución de valores ha cambiado poco desde la última época, con el único cambio especialmente llamativo de una inversión en el orden entre logro y poder: en este caso, el valor del poder ha superado al valor del logro. Los demás valores han mantenido su distribución, más o menos, con un nivel relativamente alto de seguridad, el escaso reflejo de la tradición y la desaparición de la conformidad, la benevolencia y el universalismo. Es prácticamente el inverso de lo observado en los valores de los personajes cantantes héroes/buenos y neutros, sean femeninos, masculinos o mixtos.

#### 5.4.5 Análisis del estilo de comunicación

##### 5.4.5.1 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género femenino

Gráfico 5.4.9



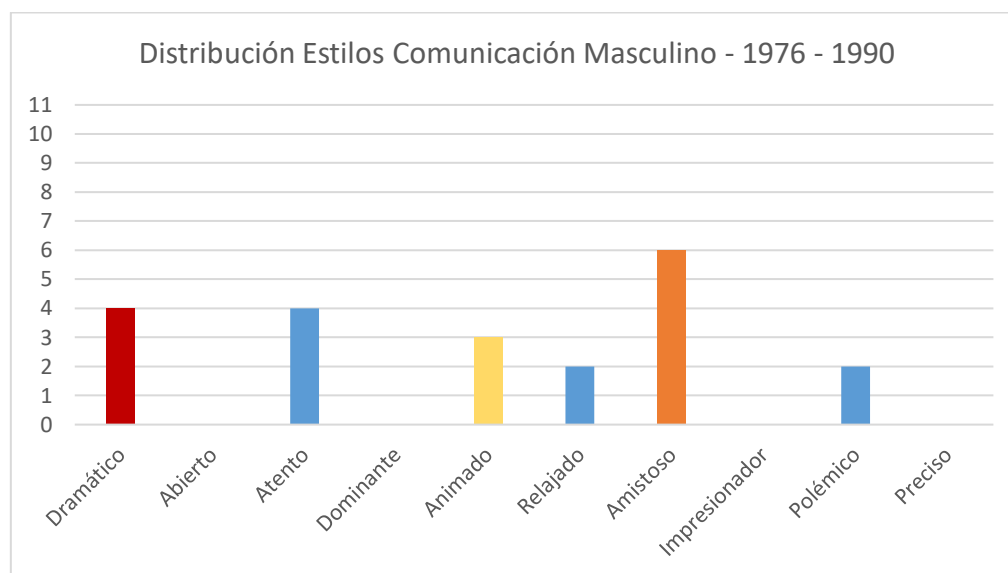
**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género femenino:** Predominan los estilos de comunicación amistoso, abierto y animado, tras cambios interesantes desde la última época. Se observa un aumento muy notable de estos tres estilos, al igual que el polémico, mientras han bajado drásticamente el atento y el impresionador. Esto se puede atribuir a casos excepcionales de la última época (como Mary Poppins, de *Mary Poppins*), que empleaban un estilo menos habitual entre personajes de género femenino que no sean villanos. Respecto a la explicitación, muestran una mezcla de directa e indirecta, lo cual resulta normal. Lo que llamaría más la atención sería la disimulada, ausente en esta parte de la muestra de esta época.

**Evidencia nivel de acción visual:** Para el conjunto de toda la época, predomina un nivel de acción visual medio, habiendo tanto ejemplos activos como ejemplos muy pasivos. En general, se asemejan los niveles de acción visual con los niveles de acción verbal. Sin embargo, existen algunos casos en los cuales difieren notablemente. Por ejemplo, la solista en off que representa a Bianca en la canción 54, de *Los Rescatadores*, se dedica a cantar sobre el amor que espera compartir con Bernardo, que se encuentra físicamente a su lado. Durante la canción, emplea algunos verbos copulativos (más pasivos), más bastantes verbos de acción de deseo, experiencia, lugar y objeto (buscaremos, tendremos...) en 1ª persona, aportando un nivel de acción verbal activo. Sin embargo, a nivel visual, se observa un nivel pasivo, ya que los personajes se encuentran sentados durante la canción, como mucho, acurrucándose un poco, mientras dura su largo vuelo, montados sobre Orville. Un ejemplo contrario ocurre con Nora, en la 139B, de *Pedro y el dragón Elliot*: lo poco que canta en esta canción lo hace utilizando sólo verbos

copulativos, para un nivel de acción verbal muy pasivo: “Muy negro era todo... Cuando él no estaba aquí”. Sin embargo, mientras canta, va paseando con su padre, Lampie, y el niño, Pedro, brincando y bailando enérgicamente por el puerto, lo cual da un nivel de acción visual activo.

#### 5.4.5.2 *Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género masculino*

Gráfico 5.4.10



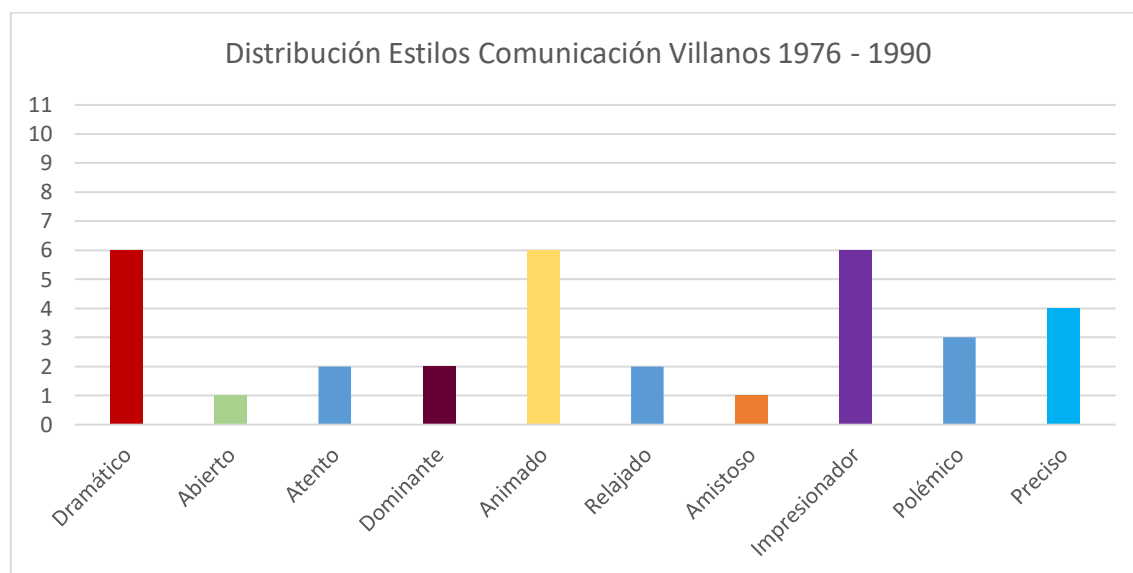
**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género masculino:** Con esta muestra pequeña, se observa un aumento muy notable en el estilo de comunicación dramático, la desaparición de los estilos abierto, dominante, impresionador y preciso y, una caída destacada en el estilo animado, mientras la proporción de los demás estilos se mantiene. Se puede atribuir, en parte, a la proporción baja de personajes infantiles y juveniles (Pedro en la 133, de *Pedro y el dragón Elliot* y posiblemente Dodger, en la 60, de *Oliver y su pandilla*), que tienden a usar un estilo de comunicación más abierto y animado, por ejemplo. En general, la explicitación es directa, con un caso de explicitación indirecta (Rufus, en la 53A, de *Los Rescatadores*) y una disimulada/manipuladora (de Dodger, en la 60, de *Oliver y su pandilla*).

**Evidencia nivel de acción visual:** Entre todos los personajes cantantes de género masculino de este periodo como conjunto, se observa un nivel de acción visual medio, aunque cubren casi todo el espectro, desde poco activo hasta activo. Al igual que en el caso de los personajes femeninos de esta época, el nivel de acción visual tiende a parecerse al nivel de acción verbal, salvo por una excepción que ocurre en la misma

canción que una de las excepciones para los personajes de género femenino: cuando canta Lampie en la 139C, de *Pedro y el dragón Elliot*. Sólo canta una línea y emplea un solo verbo copulativo: “Ya todos en el pueblo... Son felices gracias a él”, lo cual resulta muy pasivo a nivel verbal. En cambio, mientras canta, va paseando con su hija, Nora, y el niño, Pedro, brincando y bailando enérgicamente por el puerto, lo cual da un nivel de acción visual activo.

#### 5.4.5.3 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en villanos

Gráfico 5.4.11



**Evidencia estilo de comunicación-explicitación villanos:** Se observa una distribución mayor de los estilos de comunicación en esta época, destacando la aparición muy fuerte del dramático y el polémico, más los aumentos del abierto y el preciso, junto con la bajada del amistoso. Predominan el dramático, el animado y el impresionador. Llama la atención, por ejemplo, que el estilo dramático lo utilicen un ayudante del malo (Hoagy, en la 135E, de *Pedro y el dragón Elliot*) y una villana que lo es de manera más sutil (Georgette, en la 62, de *Oliver y su pandilla*). Aquí también predomina la explicitación directa, aunque con más casos de la indirecta y la disimulada/manipuladora.

**Evidencia nivel de acción visual:** Predomina un nivel de acción visual medio, con ejemplos desde poco activos hasta activos. Por lo general, se acercan en el nivel de actividad al nivel de acción verbal, con la excepción de una canción: Rátigan y sus matones en la 58ª y la 58B, de *Basil, el ratón superdetective*. En ambos casos, emplean



un lenguaje verbal pasivo, que carece del todo de verbos en la 1ª persona, mientras cantan y bailan enérgicamente, mostrando un nivel de acción visual activo.

#### 5.4.6 Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico

Las principales conclusiones del “qué”: los valores y, el “cómo”: la forma en la que se expresan, en las canciones de los clásicos del periodo Disney analizado:

- El qué (los sueños y los valores que representan): En las canciones estudiadas de este periodo, se observan cambios muy llamativos con respecto a las canciones del periodo anterior. La distribución de los valores expresados por los personajes cantantes de género femenino y masculino acaba con una similitud sorprendente, en la que predominan la seguridad y la benevolencia. En ambos casos, han bajado los valores de la tradición, conformidad, autodirección, estimulación, hedonismo y logro; y el valor del poder ha desaparecido. En cambio, entre los grupos de cantantes de género mixto, se aprecian aumentos en la seguridad y la autodirección, mientras entre los villanos (de género mixto), la distribución se mantiene más o menos como estaba, salvo por un aumento en el valor poder por encima del nivel del valor logro, y la desaparición de la conformidad, la benevolencia y el universalismo.
- El cómo (los estilos de comunicación y los niveles de actividad/pasividad verbal y visual): Durante este periodo, los personajes de género femenino muestran un aumento generalizado en el uso de los verbos en 1ª persona, aunque de un nivel de acción un poco menor que el periodo anterior, mientras el uso del imperativo (2ª persona) le da más fuerza a la actividad de esta forma; el uso de la 3ª persona resulta pasivo, en comparación con un uso de más verbos activos en las formas no personales. Entre los cantantes de género masculino, predomina el uso de la 1ª persona, mientras se observa un uso más limitado de la 2ª persona (un poco más activa), un uso bastante pasivo de la 3ª persona y un uso escaso de las formas no personales, que llevan un nivel de acción verbal medio. Destacan los grupos de cantantes de género mixto por el predominio del uso de la 3ª persona, con un nivel de acción verbal medio. Entre los villanos, destaca el aumento de los verbos de mayor acción, mostrando una actitud activa en general, en comparación con la actitud pasiva mostrada en el uso de la 3ª persona (la forma más usada por ellos). Respecto al uso del tiempo, los personajes de ambos géneros se van igualando en el uso del tiempo presente para la 1ª y 3ª persona, mientras sigue observándose un mayor uso del futuro en femenino. Respecto al nivel de acción visual, los personajes de género femenino y

masculino y los villanos, como conjunto, muestran niveles de acción visual medio, mientras sólo los grupos de cantantes de género mixto llevan un nivel alto. Esto último puede deberse al hecho del despunte del estilo de comunicación animado para dicho grupo. Por otra parte, se observa una mezcla de explicitación directa e indirecta entre los personajes femeninos, un predominio de la directa entre los personajes masculinos, un uso sólo de la directa entre los grupos de género mixto y una explicitación repartida entre los villanos.

El contexto histórico de la sociedad española durante la transición representa un periodo de cambios drásticos políticos, sociales y económicos, desde las primeras elecciones, hasta la entrada de España en la Comunidad Económica Europea en 1986, hasta la promulgación de la Constitución, con fecha 6 de diciembre de 1978, que abrió el camino para innumerables mejoras de cara a la igualdad de los sexos en este país: estableció o reconoció la igualdad jurídica para los ciudadanos españoles, sea cual sea su sexo, lo cual ha dado lugar a una organización de la mayor importancia para este estudio: el Instituto de la Mujer. Creada en octubre de 1983, este Organismo Autónomo del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales tiene como objetivo “promover y fomentar las condiciones que posibiliten la igualdad social de ambos sexos y la participación de la mujer en la vida política, cultural, económica y social,” y supone un soporte poderoso de programas universitarios, políticos y sociales de apoyo a las mujeres en España y fuera. (Instituto de la Mujer, 1997, sin numeración) Realiza, subvenciona y gestiona estudios sobre, por y para las mujeres, a la vez que colabora con otras organizaciones públicas y privadas españolas y de otros países en cuestiones relacionadas con las mujeres, difundiendo los resultados de sus investigaciones a los medios de comunicación y a otras entidades públicas para fomentar un tratamiento más igualitario y menos discriminatorio de los dos sexos en todos los ámbitos de la vida.

También notable ha sido el cambio en el área de la enseñanza: Desde la Ley General de Educación de 1970, el Estado ha emitido leyes cada vez más democráticas y aplicadas de forma igualitaria a todos, del sexo, nivel socio-económico, región, etc. que sean. Esta pretende “hacer partícipe de la educación a toda la población española... ofrecer a todos, la igualdad de oportunidades educativas, sin más limitaciones que la de la capacidad para el estudio”. (Rivière Gómez, et al., 1988, p. 10) En el artículo 27 de la Constitución Española, se reconoce el derecho fundamental a la educación, y que “la enseñanza básica es obligatoria y gratuita” para todos, sin hacer distinciones por el sexo del individuo.

(Rivière Gómez, et al., 1988, p. 9) Según la Ley Orgánica, la L.O.D.E. 8/1985 de 3 de julio, designada para explicitar legalmente este último artículo (que no incluye la enseñanza al nivel universitario),

“La actividad educativa, orientada por los principios y declaraciones de la Constitución, tendrá, en los centros docentes a que se refiere la presente Ley, los siguientes fines: a) El pleno desarrollo de la personalidad del alumno. b) La formación en el respeto de los derechos y libertades fundamentales y en el ejercicio de la tolerancia y de la libertad dentro de los principios democráticos de convivencia. c) La adquisición de hábitos intelectuales y técnicas de trabajo, así como de conocimientos científicos, técnicos, humanísticos, históricos y estéticos. d) La capacitación para el ejercicio de actividades profesionales. e) La formación en el respeto de la pluralidad lingüística y cultural de España. f) La preparación para participar activamente en la vida social y cultural. g) La formación para la paz, la cooperación y la solidaridad entre los pueblos”. (Rivière Gómez, et al., 1988, p. 11)

Poco tienen que ver estos fines con los que tenía el sistema educativo español durante la dictadura. Los resultados de esta normativa incluyen el aumento de las tasas de escolarización y el crecimiento del porcentaje de universitarias hasta igualar el de varones. Respecto al temario, a pesar de teóricamente igualar los contenidos utilizados para cada género, seguía habiendo alguna diferenciación por género, en la orientación – en los varones a estudios de ciencias y de más rápido retorno, y en las mujeres a estudios de humanidades y más largos, buscando la respetabilidad social – aunque la brecha se ha ido cerrando. Otro hito legislativo, en este caso en el ámbito de lo social y criminal, y de los estereotipos de género, fue el Informe de la Comisión de Derechos Humanos del Senado de 1989, que sacó los malos tratos de pareja del ámbito privado al público, gracias al empuje del movimiento feminista para reivindicar la realidad de la violencia de género, condicionada por los roles y papeles de género latentes del franquismo, por la dependencia económica y la subordinación al hombre, todo contribuyendo a perpetuar los estereotipos de género. Tras la muerte de Franco, la transición a la democracia supuso un periodo de liberación de las mujeres a incorporarse a ámbitos que antes les eran vetados, desde la educación hasta el mercado laboral, suponiendo una oportunidad de independizarse social, física y económicamente, aunque esta liberación no llegaría a los varones todavía.

En cuanto a Disney, una vez más, la productora intentó repetir el modelo de *Mary Poppins* con *Pedro y el dragón Elliot*, pero no recibió muy buena crítica, ni tampoco tuvo

mucho éxito de taquilla, a pesar de recibir nominaciones a premios por su banda sonora. De hecho, esta época está considerada por muchos como una de las más pobres de cara a la producción creativa, a pesar de estrenar varios largometrajes (*Los Rescatadores*, *Tod y Toby*, *Basil, el ratón superdetective*, *Oliver y su pandilla*...). Sólo fue al final de este periodo, con *La Sirenita*, cuando Disney se redimió y comenzó el llamado *Disney Renaissance*. Los mensajes transmitidos por los “Clásicos” de Disney durante esta época difieren ligeramente de esta imagen que vemos en España. Tratándose de la llamada “edad oscura” de la productora, los personajes – tanto masculinos como femeninos – expresan sueños relacionados con el bienestar, el cuidado, la protección y la ayuda a otros, el amor o el cariño familiar, reflejando la seguridad y la benevolencia. Son cuentos casi más infantiles que los habituales, tratándose a menudo de personajes infantiles necesitados de amor (Penny de *Los Rescatadores*, Pedro de *Pedro y el dragón Elliot*, Oliver de *Oliver y su pandilla*). Hay pocos personajes aquí con sueños de *self-enhancement* u *openness to change*, mientras que sí, se aprecian más personajes masculinos que se muestran empáticos y preocupados por sus seres queridos. Como sugerimos anteriormente, y como veremos más adelante, gracias a las consecuencias de tantos años bajo el franquismo, es como si la sociedad española llevara una década (o quince años, la duración de una de nuestras épocas) de retraso en cuanto a los deseos y valores conciernen.

## 5.5 Análisis del periodo: 1991-2005

### 5.5.1 Canciones incluidas en el periodo

A continuación, se incluyen las canciones seleccionadas: que cumplen los criterios establecidos para su análisis, en este quinto periodo, de 1991 a 2005. La muestra para esta época ( $n = 78$ ) es casi el doble de la muestra media de 40 personajes cantantes por periodo, marcando la vuelta de la productora a un modelo de “Clásico” con más música, unida a una capacidad productiva mayor y más rápida. Debemos recordar que se trata del llamado “renacimiento” de Disney, que empezó con *La Sirenita*, que se estrenó en España a finales del año 1990 y, que duró una década.

Cuadro 11. Listado de canciones y datos relevantes para la quinta época

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
66 A	Bella (Bonjour)	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Bella	F	H/B	Bella desea vivir aventuras y conocer mundo, como lo que lee en sus libros.
66B	Bella (Bonjour)	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Gastón	M	V/M	Desea casarse con Bella, por ser ella la más guapa del pueblo, y por lo tanto, el premio que él se cree merecer.
66C	Bella (Bonjour)	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Rubias	F	N	Desean casarse con Gastón, por ser él el más guapo y apuesto del pueblo.
67 A	Gastón	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Le Fou	M	V/M	Le Fou intenta animarle a Gastón, tras su estrepitoso fracaso al declararse a Bella.
67B	Gastón	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Aldeanos	M	N	Los aldeanos desean ser tan guapos y "machos" como Gastón.
67C	Gastón	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Gastón	M	V/M	Desea casarse con Bella, aunque necesite usar métodos crueles para conseguirlo.
68 A	¡Qué festín!	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Lumiére	M	H/B	Quiere presentar un gran festín a Bella (en realidad, todos desean volver a su forma humana, pero para eso, deben conseguir que una chica ame a la Bestia, por lo que les conviene agradar a la invitada).
68B	¡Qué festín!	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Todos los "sirvientes" del castillo	Mix	N	Desea gozar de su profesión y agradar a Bella (en realidad, todos desean volver a su forma humana, pero para eso, deben conseguir que una chica ame a la Bestia, por lo que les conviene agradar a la invitada).
68C	¡Qué festín!	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Plumeros	F	N	Quieren complacer a Bella (en realidad, todos desean volver a su forma humana, pero para eso, deben conseguir que una chica ame a la Bestia, por lo que les conviene agradar a la invitada).
68 D	¡Qué festín!	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Sra. Potts	F	H/B	Desea presentarle el té a Bella (en realidad, todos desean volver a su forma humana, pero para eso, deben conseguir que una chica ame a la Bestia, por lo que les conviene agradar a la invitada).

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
69 A	Algo nuevo	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Solista (que representa a Bella) en off	F	H/B	Al ver que la Bestia ha cambiado, reconoce que puede ser el amigo/amor con el que soñaba.
69B	Algo nuevo	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Solista (que representa a la Bestia) en off	M	H/B	Al ver que Bella deja de tenerle miedo, apenas se atreve a esperar que ella llegue a amarlo.
69C	Algo nuevo	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Lumiére, Dindón y la Sra. Potts	Mix	H/B	Al ver como se portan Bella y la Bestia juntos, desean que el milagro que esperan ocurra, es decir, que se rompa el hechizo.
70	Bella y Bestia son (La Bella y la Bestia)	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	La Sra. Potts	F	H/B	Aunque la canción parece más narrativa/descriptiva, el personaje observa como Bella y la Bestia se enamoran y, con esto, espera que se rompa el hechizo, para volver a ser humanos todos los habitantes del castillo.
71 A	Matar a la bestia	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Gastón	M	V/M	Anima a los aldeanos a matar a la Bestia porque insiste que es peligroso, cuando en realidad, desea matarlo porque es su rival (Bella lo ama).
71B	Matar a la bestia	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Aldeanos	Mix	N	Desean matar a la Bestia para proteger a su pueblo de un "monstruo".
71C	Matar a la bestia	La Bella y la Bestia	30	15/11/1991	27/11/1992	Objetos del castillo	Mix	N	Intentan proteger al castillo y a sus habitantes (incluyendo a la Bestia).
72	Sucia rata (Hallarán un hombre bueno en mí)	Aladdín	31	11/11/1992	18/11/1993	Aladdín	M	H/B	Desea que los demás vean que, en realidad, es buena persona.
73	No hay un genio tan genial	Aladdín	31	11/11/1992	18/11/1993	Genio	M	H/B	Presume de su habilidad para quedar bien ante su nuevo amo y para explicarle las posibilidades.
74 A	Un mundo ideal	Aladdín	31	11/11/1992	18/11/1993	Aladdín	M	H/B	Desea encontrar un mundo que le permita vivir como realmente es, libre de la pobreza y los prejuicios.
74B	Un mundo ideal	Aladdín	31	11/11/1992	18/11/1993	Yasmín	F	H/B	Desea encontrar un mundo que le permita vivir como realmente es, libre de las limitaciones de la realeza y más cerca de su pueblo.
75	Ciclo de la vida	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Solista	F	N	Alaba el legado del ciclo de la vida, porque desea seguir viviendo con la paz y el equilibrio que dicho ciclo aporta.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
76 A	Voy a ser el rey león	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Simba	M	H/B	Simba desea vivir con poder y sin preocupaciones ni reglas, como se imagina que es el papel de Rey León que herederá.
76B	Voy a ser el rey león	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Nala	F	H/B	Nala sólo quiere apoyar y disfrutar con su amigo.
76C	Voy a ser el rey león	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Zazú	M	N	Zazú tiene el trabajo de supervisar y educar correctamente a Simba, lo cual quiere hacer, aunque el último se lo pone difícil.
76 D	Voy a ser el rey león	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Coro de animales	Mix	N	Desean animar y respetar al pequeño Simba, que un día será su rey.
77 A	Preparaos	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Scar	M	V/M	Scar desea usurpar el trono de su hermano.
77B	Preparaos	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Hienas	Mix	V/M	Desean comer bien (y por lo tanto, ayudar a quién les prometa comida fácil).
78 A	Hakuna matata	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Timón	M	H/B	Timón y Pumba desean vivir según el concepto de "Hakuna matata": vivir y dejar vivir (Vivir feliz y tranquilo, pasando de las preocupaciones). En esta canción, intentan explicárselo a Simba.
78B	Hakuna matata	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Pumba	M	H/B	Timón y Pumba desean vivir según el concepto de "Hakuna matata": vivir y dejar vivir (Vivir feliz y tranquilo, pasando de las preocupaciones). En esta canción, intentan explicárselo a Simba
78C	Hakuna matata	El Rey León	32	24/06/1994	11/11/1994	Simba	M	H/B	Tras su experiencia tan traumática, Simba apenas se atreve a esperar estar feliz, donde le acepten/aprecien y, donde no le acusen de patricidio.
79	Gloria y riqueza (y reprise)	Pocahontas	33	23/06/1995	30/10/1995	Coro (que representa a los settlers/colonos), casi todo en off	M	N	Como se les ha encomendado, buscan gloria y riqueza, esperando conquistar al Nuevo Mundo (y si es necesario, matarán a los indios para conseguirlo).
80 A	Como el ritmo del tambor (créditos iniciales)	Pocahontas	33	23/06/1995	30/10/1995	Coro (que representa a las indias)	F	N	Desean mantener la tradición, respetando la naturaleza, lo cual les permite vivir bien.
80B	Como el ritmo del tambor (créditos iniciales)	Pocahontas	33	23/06/1995	30/10/1995	Coro (que representa a los indios)	Mix	N	Desean mantener la tradición, respetando la naturaleza, lo cual les permite vivir bien.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
80C	Como el ritmo del tambor (créditos iniciales)	Pocahontas	33	23/06/ 1995	30/10/ 1995	Powatan	M	H/B	Desea que su hija, Pocahontas, sea constante como el ritmo del tambor o como él percibe el río y, que así ella tome las decisiones adecuadas.
81	Río abajo	Pocahontas	33	23/06/ 1995	30/10/ 1995	Pocahontas	F	H/B	Desea descubrir lo que le depara el futuro, para poder saber qué decisiones tomar.
82 A	Más, más, más	Pocahontas	33	23/06/ 1995	30/10/ 1995	Ratcliffe	M	V/ M	Desea hacerse rico y poderoso, gracias al trabajo de los colonos y al oro que supone que lograrán excavar.
82B	Más, más, más	Pocahontas	33	23/06/ 1995	30/10/ 1995	Wiggins y coro	M	N	Desean hacerse ricos con "su" tierra y el oro que allí encuentren.
82C	Más, más, más	Pocahontas	33	23/06/ 1995	30/10/ 1995	Smith	M	H/B	Desea vivir las grandes aventuras que supone que le esperan en el Nuevo Mundo (y que se le atribuya la gloria correspondiente).
83 A	Fuera	El Jorobado de Notre Dame	34	21/06/ 1996	22/11/ 1996	Frollo	M	V/ M	Desea mantener a Quasimodo escondido, en realidad, no por el bienestar de Quasimodo, sino porque cree que es su castigo por matar a la madre del joven y, es más, para que no se revelen las atrocidades que Frollo ha cometido.
83B	Fuera	El Jorobado de Notre Dame	34	21/06/ 1996	22/11/ 1996	Quasimodo	M	H/B	Habiendo llevado toda la vida escondido en la catedral, está desesperado por pasar tiempo con otras personas; desea vivir un día fuera de la catedral para experimentar una vida más normal.
84 A	Oración de Esmeralda	El Jorobado de Notre Dame	34	21/06/ 1996	22/11/ 1996	Esmeralda	F	H/B	Desea que Dios ayude a su pueblo, a los gitanos, proscritos que llevan tiempo huyendo y luchando por sobrevivir, perseguidos por la "justicia" de Frollo.
84B	Oración de Esmeralda	El Jorobado de Notre Dame	34	21/06/ 1996	22/11/ 1996	Coro en off	Mix	N	Entre los numerosos miembros del coro, desean de todo: poder, gloria, fama, saber, amor, salud, la bendición de Dios.
85 A	Luz celestial / Fuego infernial	El Jorobado de Notre Dame	34	21/06/ 1996	22/11/ 1996	Quasimodo	M	H/B	Después de que Esmeralda le ha ayudado y tratado con cariño, se ha enamorado de ella y, desea que ella le corresponda el amor.
85B	Luz celestial / Fuego infernial	El Jorobado de Notre Dame	34	21/06/ 1996	22/11/ 1996	Frollo	M	V/ M	Desea que Esmeralda le pertenezca a él. A diferencia de Quasimodo, que se ha enamorado de ella, Frollo se



Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
									siente excitado y obsesionado por ella.
86	Ese es mi destino (y reprise)	Hércules	35	27/06/ 1997	17/11/ 1997	Hércules	M	H/B	Desea dejar de ser el torpe sin amigos del pueblo para convertirse en triunfador y encontrar su lugar en el mundo; cuando se entera de su procedencia, le resulta más claro el lugar al que debería aspirar, así que busca al entrenador, Filoctetes, para intentar convertirse en un héroe verdadero.
87	Mi última esperanza	Hércules	35	27/06/ 1997	17/11/ 1997	Fil	M	H/B	Fil desea entrenar a un héroe de verdad, tras muchos fracasos con otros aspirantes, en gran parte, porque esto le traería fama y renombre. Ya estaba jubilado, pero decide que vale la pena intentarlo con Hércules.
88 A	Canción de Meg	Hércules	35	27/06/ 1997	17/11/ 1997	Mégara	F	H/B	Como ha tenido malas experiencias en el amor, desea no estar enamorada de Hércules, aunque lo está; de hecho, pretende negarlo, mientras que las musas intentan que lo reconozca.
88B	Canción de Meg	Hércules	35	27/06/ 1997	17/11/ 1997	Musas	F	N	Desean hacerle admitir a Mégara que está enamorada de Hércules.
89	Ese es mi destino (reprise 2, créditos finales)	Hércules	35	27/06/ 1997	17/11/ 1997	Solista (que representa a Hércules) en off	M	H/B	Ya consciente de lo que implica ser un héroe verdadero (el amor, el sacrificio...), desea lograr el amor de Mégara.
90 A	Honra nos darás	Mulán	36	19/06/ 1998	20/11/ 1998	Estilistas/Mo distas	F	N	Desean que Mulán sea una esposa y madre ideal (que les dé nombre y honra a sus familias).
90B	Honra nos darás	Mulán	36	19/06/ 1998	20/11/ 1998	Madre y abuela de Mulán (+ demás madres y abuelas)	F	H/B	Desean que este encuentro con la casamentera le salga bien a Mulán, para el bien (el honor) de la familia.
90C	Honra nos darás	Mulán	36	19/06/ 1998	20/11/ 1998	Mulán	F	H/B	Desea conseguir que su familia esté orgullosa de ella - aportándole honor -, aunque claramente no se desenvuelve bien en el rol establecido para ella.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
90 D	Honra nos darás	Mulán	36	19/06/1998	20/11/1998	Otras jóvenes	F	N	Desean ser esposas y madres ideales (que les den nombre y honra a sus familias).
91	Reflejo	Mulán	36	19/06/1998	20/11/1998	Mulán	F	H/B	Desea no decepcionar a su familia por ser ella misma.
92 A	Voy a hacer todo un hombre de ti	Mulán	36	19/06/1998	20/11/1998	Li Shang (el capitán) y luego solista (que representa a Li Shang (el capitán)) en off	M	H/B	Desea entrenar bien a los reclutas para convertirlos en buenos soldados (para que su padre - el general - esté orgulloso y para apoyarle en batalla).
92B	Voy a hacer todo un hombre de ti	Mulán	36	19/06/1998	20/11/1998	Coro (que representa a los reclutas) en off	M	N	Desean pasar las pruebas, para dar honor a sus familias y, para sobrevivir en cuanto empiecen a luchar
92C	Voy a hacer todo un hombre de ti	Mulán	36	19/06/1998	20/11/1998	Solista (que representa a Mushu) en off	M	H/B	Desea proteger a Mulán, para que no traiga deshonra a la familia y acabe descubierta.
92 D	Voy a hacer todo un hombre de ti	Mulán	36	19/06/1998	20/11/1998	Solista (que representa a Mulán) en off	F	H/B	Desea pasar las pruebas sin que la descubran, no sólo porque intenta proteger a su padre de la guerra y a su familia del deshonor, sino también porque el castigo de fingir ser hombre en el ejército es la muerte.
93 A	Mi dulce y linda flor	Mulán	36	19/06/1998	20/11/1998	Reclutas	M	N	Desean estar acompañados por mujeres (o sus mujeres o novias, según el caso), que les animarían mucho. De hecho, sólo pensar en mujeres - como premio por su esfuerzo - ya les anima.
93B	Mi dulce y linda flor	Mulán	36	19/06/1998	20/11/1998	Mulan	F	H/B	Desea no dejarse descubrir, así que intenta expresar lo que cree que les gustará a los hombres de las mujeres.
94 A	En mi corazón estarás	Tarzán	37	18/06/1999	26/11/1999	Kala	F	H/B	Desea tranquilizar a Tarzán, cantándole a modo de nana, haciéndole saber que piensa cuidar y quererlo, siempre.
94B	En mi corazón estarás	Tarzán	37	18/06/1999	26/11/1999	Solista (que representa a Kala) en off	M	H/B	Desea tranquilizar a Tarzán, cantándole a modo de nana, haciéndole saber que piensa cuidar y quererlo, siempre.
95	Lo extraño que soy	Tarzán	37	18/06/1999	26/11/1999	Solista (que representa a Tarzán) en off	M	H/B	Desea aprender a portarse más como un ser humano (y sobre la vida humana en general) y ganarse el amor de Jane.
96 A	Un amigo como tú (créditos finales)	El emperador y sus locuras	40	15/12/2000	22/06/2001	Solista (que representa a Kuzco) en off	M	H/B	Desea mantener y reconocer una amistad que valora mucho y que no habría valorado (ni tenido) antes.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
96B	Un amigo como tú (créditos finales)	El emperador y sus locuras	40	15/12/ 2000	22/06/ 2001	Coro en off	Mix	N	Desea mantener y reconocer una amistad que valora mucho y que no habría valorado (ni tenido) antes.
97	Aloha oe	Lilo & Stitch	42	05/07/ 2002	05/07/ 2002	Nani	F	H/B	Desea animarla a Lilo, diciéndole que siempre la querrá y apoyará (porque van a quitarle la custodia), cantándole una canción hawaiana de amor y despedida muy famosa, Aloha Oe.
98	Sigo aquí	El planeta del tesoro	43	27/11/ 2002	05/12/ 2002	Solista (que representa a Jim) en off	M	H/B	Desea sentirse bien consigo mismo y conseguir la aprobación y el aprecio de los demás (sobretudo, de su madre, a quien ha decepcionado en muchas ocasiones).
99	Si yo fuera mayor	La gran película de Piglet	44	20/03/ 2003	20/06/ 2003	Solista (que representa a Piglet) en off	M	H/B	Desea ser más grande para sentirse más importante, más útil y de ayuda para sus amigos.
100	Con amigos	La gran película de Piglet	44	20/03/ 2003	20 de junio de 2003	Solista (que representa los sentimientos y el ánimo de los personajes) en off	F	H/B	Desean construirle una casa a Ígor, entre amigos (Pooh, Tigger y Piglet).
101	No dejo de buscar	La gran película de Piglet	44	20/03/ 2003	20 de junio de 2003	Solista (que representa los sentimientos de los personajes) en off	F	H/B	Los personajes desean encontrar a Piglet, a quien echan de menos, porque lleva tiempo desaparecido.
102 A	Espíritus	Hermano oso	45	01/11/ 2003	26/03/ 2004	Solista y coro (que representa a los inuits) en off	F	N	Desean que los espíritus les guíen para llevar una vida en armonía con la naturaleza.
102 B	Espíritus	Hermano oso	45	01/11/ 2003	26/03/ 2004	Coro (ue representa a los inuits) en off	Mix	N	Desean que los espíritus les guíen para llevar una vida en armonía con la naturaleza.
103	En marcha estoy	Hermano oso	45	01/11/ 2003	26/03/ 2004	Koda y solista (que representa a Koda) en off	M	H/B	Desea viajar al lugar soñado - donde comer salmón - para vivir aventuras.
104	La confesión de Kenai	Hermano oso	45	01/11/ 2003	26/03/ 2004	Kenai y solista (que representa a Kenai) en off	M	H/B	Desea deshacer el daño que le ha hecho a Koda - al matar a su madre innecesariamente cuando él aún era humano - y que le atormenta.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
105	¿Cuándo el sol volverá a brillar?	Zafarrancho en el rancho	46	02/04/ 2004	06/08/ 2004	Solista	F	H/B	La voz en off puede representar a todos los personajes buenos/Ns de la película y, expresa el deseo de que vuelvan los tiempos felices, la alegría a la vida, usando la metáfora del deseo de que el sol vuelva a brillar (apoyado por la lluvia gris que no para, en las imágenes).
106	Ya no sé quién soy (Todo lo que sé)	Chicken Little	47	04/11/ 2005	18/11/ 2005	Solista (que representa Chicken Little) en off	M	H/B	Desea la aprobación de su padre, a quien quiere mucho, pero con quien no llega a entenderse. Por esto quiere apuntarse al equipo de béisbol, pero su padre le dice que no se haga ilusiones.
107	Yo soy el champion	Chicken Little	47	04/11/ 2005	18/11/ 2005	Chicken Little	M	H/B	Chicken Little desea tener éxito a los ojos de su padre (que sea orgulloso de él) y, esto lo ha conseguido en el partido de béisbol, aunque haya sido casi por accidente.

(1): Número de canción de la muestra. (2): Número de "Clásico". (3): Género: F: Femenino; M: Masculino; Mix: Mixto.

(4): Tipo de personaje: H/B: Héroe/Bueno; V/M: Villano/Malo; N: Neutro

### 5.5.2 Principales evidencias encontradas

Los análisis realizados muestran las siguientes conclusiones para el periodo de estudio. En la tabla se puede apreciar en horizontal el género estudiado y en vertical el análisis (Actividad según verbos, Deseos y valores, y Estilo de comunicación)

- En resumen, se observa un descenso relativo en el uso de la 1ª persona por los personajes de género femenino, con un nivel de actividad verbal medio, mientras en la 2ª persona, se refleja una actitud activa. Predomina el uso de la 3ª persona, con verbos más pasivos, mientras las formas no personales ven muy poco uso, pero un nivel medio de actividad. Los valores de la seguridad y la benevolencia predominan, aunque los deseos en sí cambian hacia mejoras en condiciones, experiencias nuevas, a la vez que tradiciones y conformidad. Por otra parte, el estilo de comunicación abierto es el más usado, al igual que la explicitación directa, por delante de los demás tipos.
- Entre los personajes de género masculino, aunque aumenta el uso de la 1ª persona, mantiene un nivel de acción verbal medio, en comparación con el uso de la 2ª persona, que también aumenta, pero lleva un nivel activo. Emplean la 3ª persona mucho, pero con

muchos verbos copulativos, para un nivel de acción muy pasivo, mientras usan las formas no personales muy poco, con una actividad media. Ahora destaca mucho el valor logro, por delante de la benevolencia y la seguridad y, al igual que en el caso de los personajes de género femenino, se observan cambios notables en los deseos en sí, hacia mejores condiciones, disfrutar de la vida o del estatus, de codiciar algo o alguien, de hacer cosas diferentes o de ser como o agradar a otros. Predominan los estilos de comunicación abierto, animado y amistoso, con una explicitación mayoritariamente directa, seguida por la indirecta y la disimulada/manipuladora.

- Para los villanos, se observa una bajada en la actividad expresada en la 1ª persona, llegando a un nivel poco activo, mientras en el uso de la 2ª persona, al igual que con los personajes masculinos, se emplea un nivel de acción verbal activo. La 3ª persona y las formas no personales también contrastan entre ellas, ya que la 3ª persona es la forma más utilizada, pero por el uso tan elevado de los verbos copulativos, resulta muy pasivo, mientras apenas se usan las formas no personales, pero éstas sí que llevan un nivel activo. Siguen predominando los valores de poder y logro, con una distribución bastante estable desde la época anterior y, tampoco varían los deseos de los villanos. Por otra parte, los estilos de comunicación más utilizados son el dramático y el dominante, con un aumento muy destacado del último desde la última época y, predomina la explicitación directa, de nuevo, por delante de la indirecta y la disimulada/manipuladora.
- Por último, indicar el aumento del uso masculino del futuro, sobretodo en la 1ª persona, y el predominio del uso del presente en 3ª y 1ª persona para ambos géneros.

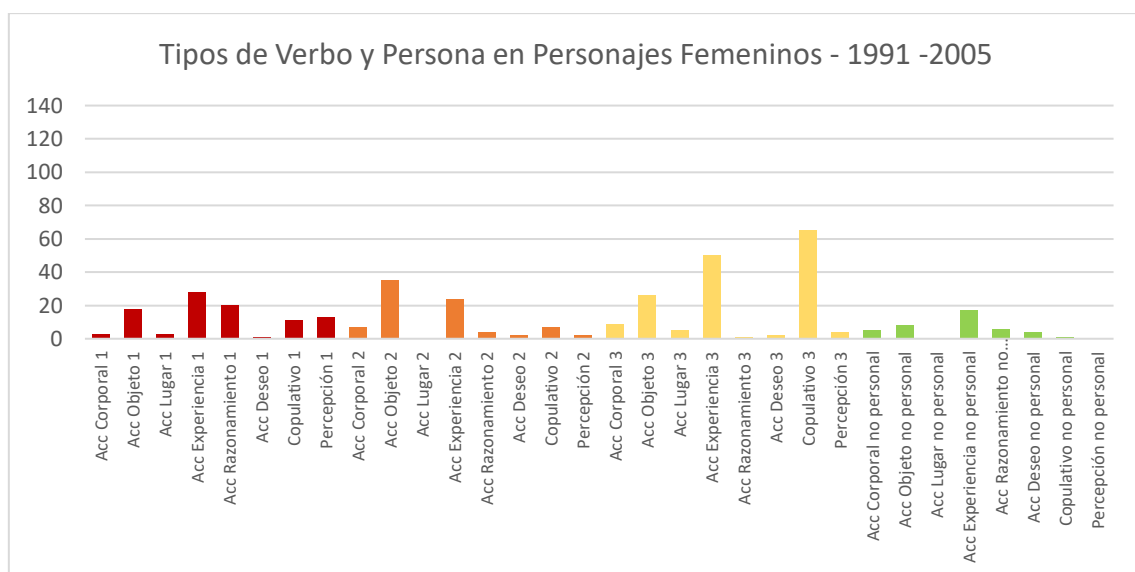
Cuadro 12

Resumen de Evidencias Periodo 1991-2005				
		Análisis Verbal Actividad-Pasividad	Análisis Deseos-Valores	Análisis Estilo de Comunicación - Explicitación
Femenino	1ªPersona	Uso medio de la 1ª persona, con actividad media, como las otras	Predominan los valores de la seguridad y la benevolencia, con aumentos en la tradición, el universalismo, el logro y el poder. Cambian los deseos hacia mejoras en condiciones, experiencias nuevas, tradiciones y conformidad.	Predomina el estilo de comunicación abierto, seguido por el atento y el amistoso, mientras la explicitación más común es la directa, seguida por la indirecta y la disimulada/manipuladora.
	2ªPersona	Nivel de acción verbal activo, debido a los verbos imperativos y de objeto		
	3ªPersona	Predominio de la 3ª persona, con actitud poco activa		
	No Personales	Aumentan formas más activas, para un nivel de acción verbal medio		
Masculino	1ªPersona	Aumenta el uso de la 1ª persona, con una actividad todavía media	Destaca ahora el logro, seguido por la benevolencia y la seguridad. Cambian los deseos hacia mejores condiciones, disfrutar de la vida o del estatus, de codiciar algo o alguien, de hacer cosas diferentes o de ser como o agradar a otros.	Predominan los estilos de comunicación abierto, animado y amistoso, con una explicitación mayoritariamente directa, seguida por la indirecta y la disimulada/manipuladora.
	2ªPersona	Poco uso, pero nivel de acción verbal activo		
	3ªPersona	Mucho uso, muy pasivo, por el predominio de verbos copulativos		
	No Personales	Muy poco uso, con una actividad media		
Mixto	1ªPersona			
	2ªPersona			
	3ªPersona			
	No Personales			
Villanos	1ªPersona	Reducción ligera de actividad hasta nivel poco activo	Siguen predominando los valores de poder y logro, con la distribución bastante estable. Tampoco varían los deseos de los villanos: ayudan interesadamente, codician algo o alguien o se aprovechan de otros.	Predominan los estilos de comunicación dramático y dominante, con un aumento notable de este último. También predomina la explicitación directa, delante de la indirecta y la disimulada/manipuladora.
	2ªPersona	Aumento en el uso de la 2ª persona, con nivel de acción activo		
	3ªPersona	La forma más usada, con un nivel de acción pasivo, por los copulativos		
	No Personales	Muy poco uso, con un nivel de acción verbal activo		
	Uso del Tiempo	Predomina el uso del presente en 3ª y 1ª persona para ambos géneros; aumenta el uso del futuro en 1ª en masculino		

### 5.5.3 Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos

#### 5.5.3.1 Evidencias actividad/pasividad género femenino

Gráfico 5.5.1



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género femenino:** Se observa un descenso relativo en el uso de la 1ª persona, desde el periodo anterior, con algunos cambios en la distribución dentro de ésta. Desciende la proporción de verbos de acción corporales (abrazaré, voy a comer...), de lugar (llegué, llegamos...) y de deseo (soñaba), al igual que los verbos copulativos (soy, estemos, debo ser, sé estar...), mientras se mantiene el predominio de los verbos de acción de experiencia (quiero vivir, voy volando, debemos buscar, no pido, vemos, tengo que intentar...) de razonamiento (no sé, pensé, comprendí, no dejo de pensar, creo...) y de objeto (planché, preparo, he de pagar, no diré, convertiré, temí...). Como conjunto, el uso de la 1ª persona por personajes de género femenino durante esta época lleva un nivel de acción verbal medio.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género femenino:** En esta época, destacan mucho los verbos de acción de objeto (llévame, tiene, dale, mírate, deja, dadme, adórnala, dadnos...) y de experiencia (puedes acertar, guarda, te equivocas, niégalo, logras bien casar, orientadnos...), manteniendo el predominio observado en el periodo anterior, mientras los demás tipos de verbos utilizados en la 2ª persona se reducen notablemente. Esto le aporta un nivel de acción verbal activo, dentro de dicha 2ª persona, aunque sólo es por el uso de numerosos verbos en imperativo y subjuntivo (mirad, llévame, dale, ten, guarda, no te hagas, dilo...), mostrando el deseo del locutor, que se mantiene esta actitud activa desde la perspectiva del cantante.

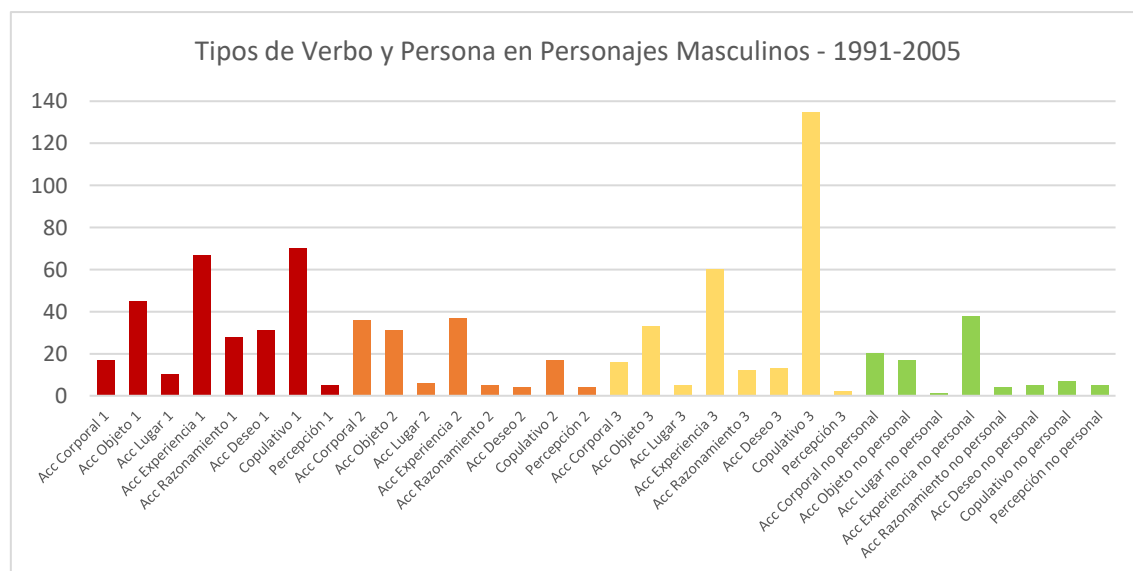
**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género femenino:** Al igual que en la época anterior, predomina el uso de la 3ª persona entre los cantantes de género femenino. De hecho, se mantiene la distribución dentro de ella. Los verbos copulativos (es, no existe, está, hay, era, no es, debe haber, estará, parecen...) son los más utilizados, seguidos por los verbos de experiencia (sigue, iba a ocurrir, habla, nace madura, fluyen, ayude, podrá crecer, brillará, se va a perder, acabe...), luego los verbos de objeto (viene a vender, dice, se podrán descubrir, envuelve, diga, espera, ha de dar...) y, a mucha distancia, los demás. El conjunto resulta poco activo y, esto añadido al hecho de ser la 3ª persona, no implica ninguna acción por parte del locutor, por lo que lleva una carga meramente descriptiva.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género femenino:** Para esta época, es la forma menos utilizada por los personajes de género femenino, aunque lleva un nivel de acción verbal medio, debido al uso más elevado (dentro de las formas no

personales) de verbos de objeto (contar, compartir, contemplar, descubrir, buscando, continuar preguntando...).

### 5.5.3.2 Evidencias actividad/pasividad género masculino

Gráfico 5.5.2



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género masculino:** Aumenta ligeramente el uso de la 1ª persona, con comparación con las otras formas y en comparación con la época anterior. Dentro de esta forma, han subido las proporciones de los verbos corporales, de objeto y copulativos, mientras han bajado los verbos de lugar y de percepción. Como conjunto, refleja un nivel de acción verbal medio, con todos los tipos representados, pero predominio de los verbos copulativos (seremos, fui, soy, estoy, voy a ser, seré, era, podría ser, somos, quiero ser...), de experiencia (viviremos, hablemos, vivimos, me deprimía, vamos mejorando, veo renunciar, he aprendido a ver, quiero compartir, disfruto...) y de objeto (celebraremos, aconsejo, no quiero escuchar, voy a encontrar, he buscado, juro, no esperaba, quiero tener, mostraría, podría cambiar...).

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género masculino:** La segunda forma menos utilizada por los personajes de género masculino durante esta época, en la 2ª persona, se observa un nivel de acción verbal activo, con un predominio de verbos de experiencia (zurrarás, déjate llevar, mires, vive, no te angusties, defiendes, debes cumplir, vivirás, hagas, enseñes), corporales y de objeto, en ese orden, más numerosos casos de verbos en imperativo y subjuntivo, mostrando el deseo del locutor. Destaca una canción en particular, donde emplean verbos corporales en imperativo, lo cual representa la mayor



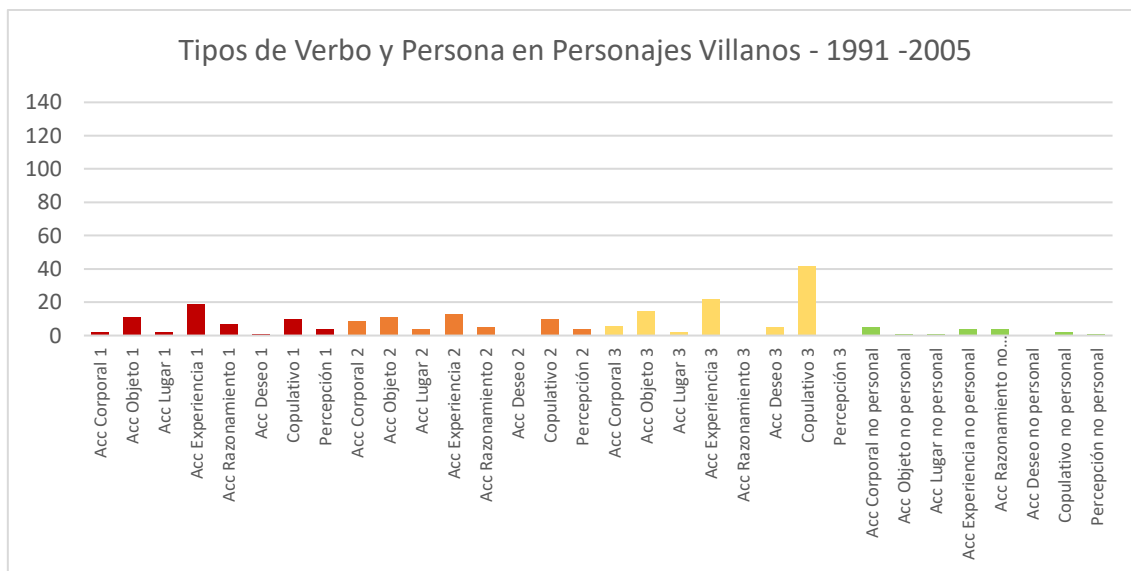
parte de este tipo de verbo para esta muestra en la quinta época: los colonos en la canción 82B, de *Pocahontas*, que repiten en el estribillo, “Cavad, cavad, cavad, volved a cavar...”.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género masculino:** Como conjunto, el uso de verbos en la 3ª persona por cantantes de género masculino durante este periodo es aproximadamente igual de frecuente que el uso de verbos en la 1ª persona, con una diferencia muy significativa. En la 3ª persona, predomina el uso de los verbos copulativos (es, está, hay, no hay, no puede ser, no ha habido, será, son serán, hay que ser, habrá, existe...) y, con mucha diferencia, más que el doble de casos que el segundo tipo más usado, los verbos de experiencia (nunca falla, se precie, llama, suena, envían a buscar, no huirán, cantan, hace falta, acechaban, esperará, va a intentar...). A consecuencia, el nivel de acción verbal es poco activo o pasivo, restando poca actividad desde la perspectiva del locutor, pero tampoco añadiéndola. Resulta descriptivo, sin más.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género masculino:** Se observa que el uso de las formas no personales por los personajes de género masculino ha aumentado ligeramente, en comparación con el periodo anterior, pero sigue siendo la forma menos utilizada de las cuatro. También cabe destacar que el uso de los distintos tipos de verbos, dentro de esta forma, mantiene aproximadamente la misma proporción que en el periodo anterior. Predominan los verbos de experiencia (disfrutar, repartir, vivir, conquistar, mirar, sentir, esperando, jugar, empezar, sentir, vacilar, cumplir...), seguidos por los verbos corporales (temblar, conteniendo, desenterrar, descansar, respirar, escondido, pasear, luchar, marchando...) y los de objeto (servir, descubrir, compartir, saber decir, pedir, ganar, haciendo, encender...). El conjunto lleva un nivel de acción verbal medio, aunque éste contribuye poco a la actividad en general desde la perspectiva del locutor o cantante.

#### 5.5.3.3 Evidencias actividad/pasividad villanos

Gráfico 5.5.3



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona villanos:** Se reduce ligeramente la actividad reflejada en el uso de la 1ª persona entre los villanos de este periodo, con un predominio de verbos de experiencia (no me puedo equivocar, quería crecer, empeñemos, estamos preparados, vamos, te aparto, te mantengo, pierdo, quiero pecar, puedo alardear...), seguidos por verbos de objeto (dije, tengo, comía, dejemos, devuelvo, ayudaros no puedo, he enseñado...) y verbos copulativos (soy, seré, no soy, fui, he demostrado ser...). La distribución del uso de los distintos tipos de verbos dentro de esta forma se mantiene más o menos desde la última época, salvo por una marcada caída en el uso de los verbos de objeto, a la vez de un aumento ligero en el uso de los verbos de experiencia. En general, refleja un nivel de acción verbal poco activo.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona villanos:** Aumenta muy ligeramente la proporción del uso de verbos en 2ª persona por parte de los villanos desde la época anterior, sobretudo, en comparación con el uso de la 1ª persona. Predominan los verbos de experiencia (falláis, preparaos, volveréis a pasar, vas a osar dejarme, ves, protégeme, destruye...), de objeto (tenéis, preparad, apoyadme, cuidad, sacad, dime...), corporales (sonríe, avanzad, daréis, coge, hunde, cavad...) y copulativos (serás, eres, no sois, sed, seréis, estás...), en ese orden, con más bien poca diferencia entre ellos. Esto, unido al hecho de usar numerosos verbos en imperativo y subjuntivo (avanzad, hunde, preparad, sacad, seguidme, vete, ven, recuerda, sed...), para indicar el deseo del locutor, le aporta un nivel de acción verbal activo.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona villanos:** La forma más utilizada por los villanos en este periodo, en la 3ª persona, predomina el uso de los verbos copulativos (es, hay, no es, son, serán, no habrá, está, va a ser, no existe...), con casi el doble de casos que el segundo tipo más usado, los verbos de experiencia (se cambiarían, ganó, morirá, se acaba, valdrán, venga, enriquecerá, se reirán, empieza a arder, me arrastra...). Resulta descriptivo este uso, con un nivel de acción verbal pasivo.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” villanos:** Se observa un uso muy reducido de las formas personales entre los villanos de esta época, manteniendo una distribución parecida a la del periodo anterior. Destacan mínimamente los verbos corporales (escupiendo, huir, bailar...), de experiencia (casarme, cesar, consternarlos, ver) y de razonamiento (suponer, tramar, pensar, pensando) sobre los otros. Resulta interesante que, a pesar del poco uso, se refleja un nivel de acción verbal activo.

#### 5.5.3.4 Evidencias uso del tiempo género femenino y masculino

**Evidencia de uso del tiempo:** Se aprecia un descenso relativo en el uso del futuro por parte de los personajes de género femenino, aunque manteniendo la distribución por formas, mientras en el caso de los personajes de género masculino, se observa un aumento en el uso del futuro, sobretodo en la 1ª persona, en comparación con el periodo anterior. Para ambos géneros, predomina el uso del presente en general, con un aumento destacado de la 3ª persona sobre la 1ª. Respecto al uso del pasado, se mantiene como el menos usado por ellas, mientras el uso del pasado iguala el uso del futuro entre ellos.

Gráfico 5.5.4

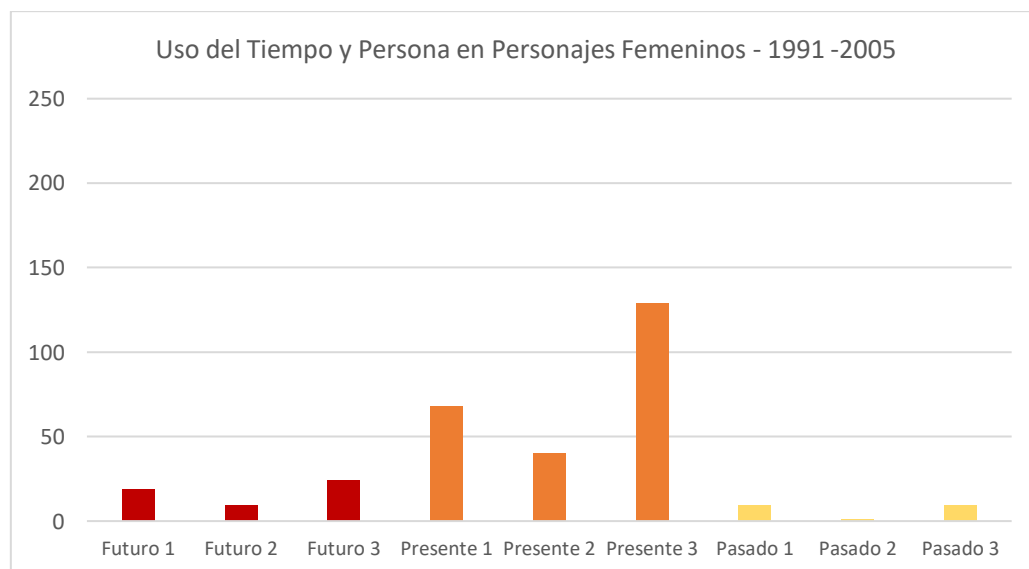
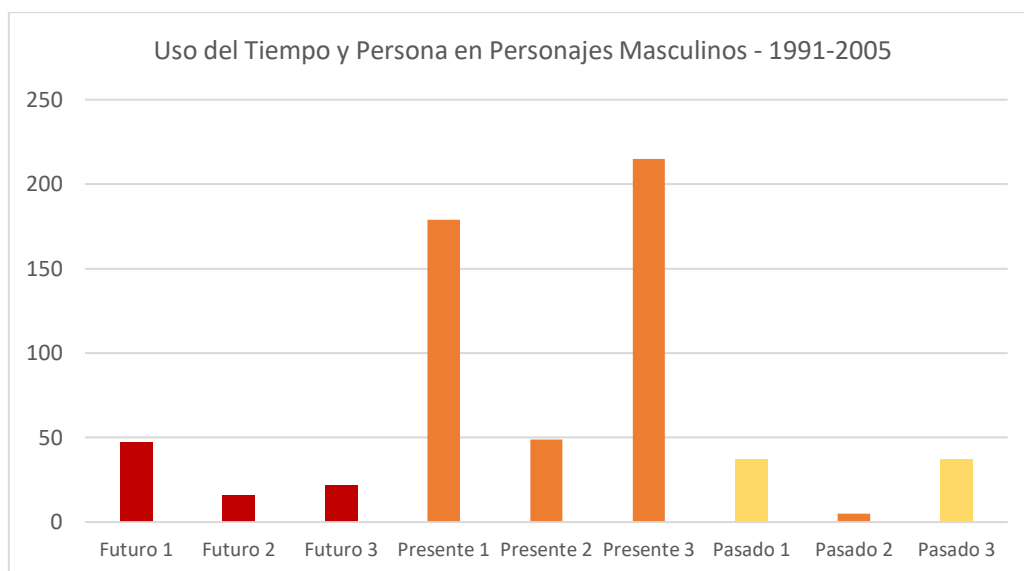


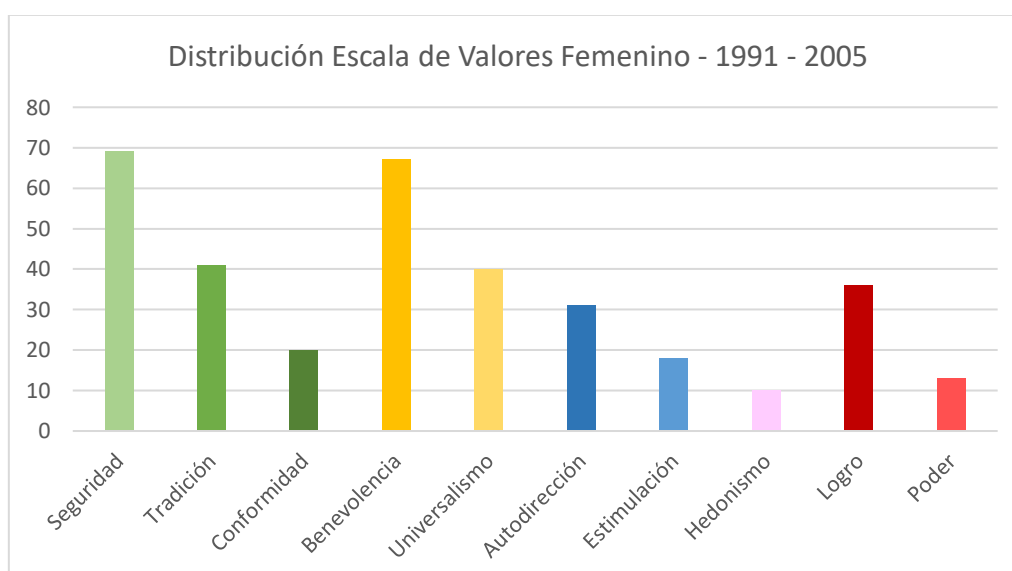
Gráfico 5.5.5



#### 5.5.4 Análisis de los deseos según la escala de valores

##### 5.5.4.1 Análisis de los deseos según la escala de valores en género femenino

Gráfico 5.5.6

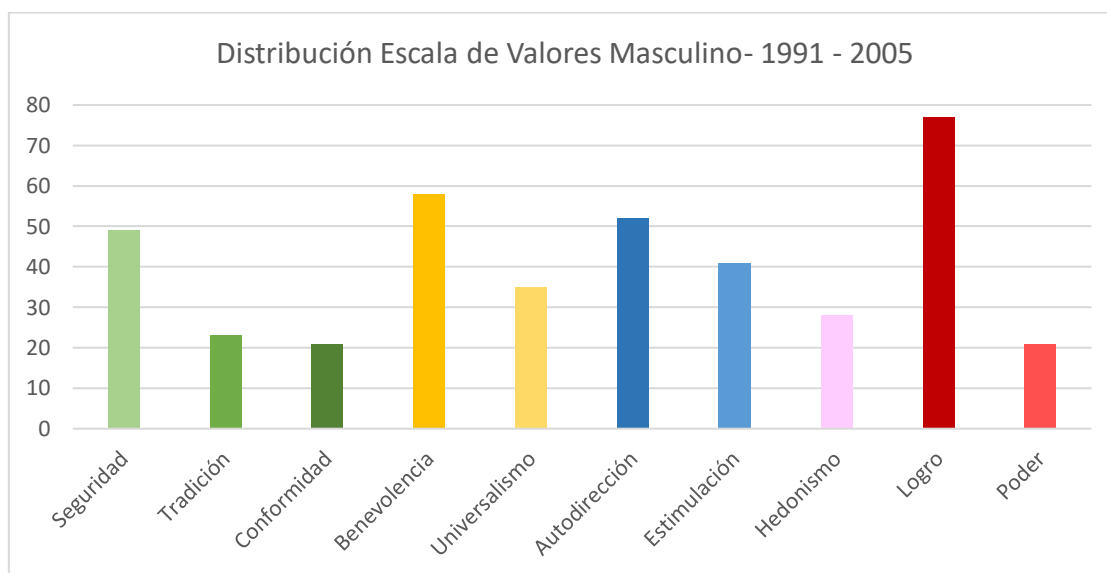


**Evidencia deseos-valores género femenino:** En esta época, siguen predominando los valores de la seguridad y la benevolencia, pero se observa un cambio drástico en los deseos que los expresan. Además, se aprecian aumentos notables en los valores de la tradición, el universalismo, el logro y el poder, mientras baja el hedonismo. No varían mucho las proporciones de los valores desde el periodo anterior, pero destacan enormemente los deseos en sí. Para empezar, de los 27 personajes cantantes de género

femenino en esta época, sólo tres expresan un deseo de alguna manera relacionado con el amor: las tres chicas rubias en la 66C, de *La Bella y la Bestia* (y de éstas se podría decir que no aman a Gastón, sino que lo codician), Bella en la 69A, de *La Bella y la Bestia* (que empieza a fijarse en la Bestia como en una persona con la que podría congeniar) y, Mégara en la 88A, de *Hércules* (que curiosamente, desea no estar enamorada). Se sigue observando un predominio ligero de deseos relacionados con el bienestar de otros, sí, pero en esta época se ven también numerosos deseos asociados con la perspectiva de una mejor condición vital – personal o para otras personas – o con experiencias nuevas, con mantener una tradición o mostrar conformidad, por ejemplo. Estos deseos los expresan de una manera más activa, pero esto se verá más adelante, en la sección dedicada al estilo de comunicación y, sobretudo, el nivel de acción visual.

#### 5.5.4.2 *Análisis de los deseos según la escala de valores en género masculino*

Gráfico 5.5.7

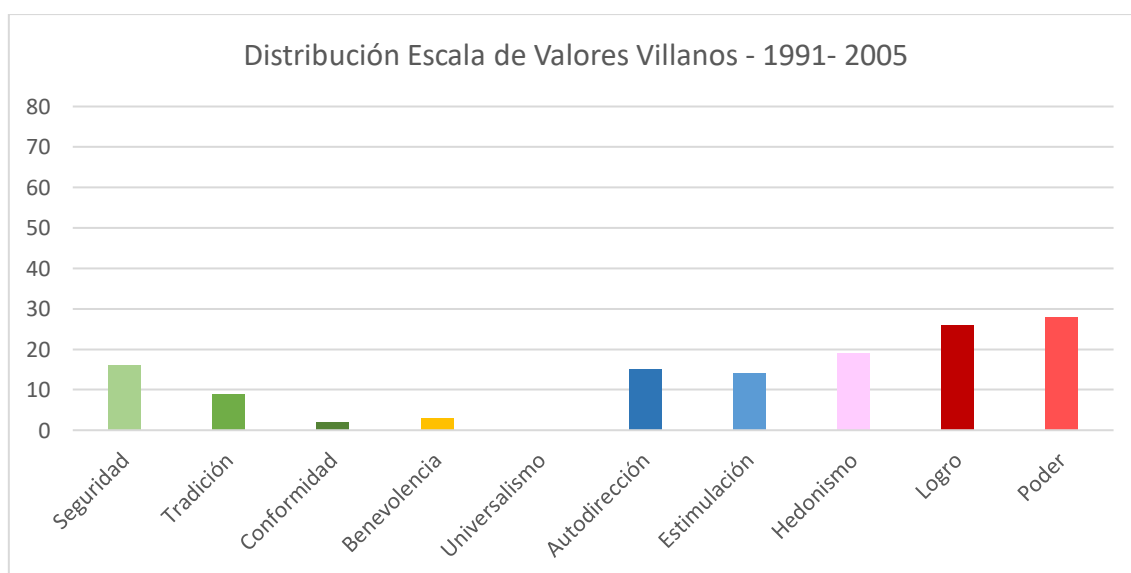


**Evidencia deseos-valores género masculino:** A diferencia de los personajes de género femenino de esta época, los personajes masculinos experimentan un cambio muy notable en la distribución y el predominio de los valores que representan los deseos que cantan. Han bajado los valores de la seguridad y la benevolencia, acercándose un poco más a los demás valores, mientras el logro ha aumentado drásticamente hasta predominar sobre todos los demás. La conformidad, la autodirección, la estimulación el hedonismo y el poder también han aumentado. Respecto a los deseos en sí, al igual que con los personajes de género femenino, los de género masculino aún conservan numerosos casos de deseos

relacionados con el bienestar de otros, más unos pocos ejemplos de amor: como Aladdín en la 74A, de *Aladdín*, que se ha enamorado de Yasmín, o Quasimodo en la 85A, de *El Jorobado de Notre Dame*, refiriéndose a su flechazo por Esmeralda, o el solista en off que representa a Kuzco, en la 96A, de *El emperador y sus locuras*, que desea corresponder a la amistad que le ha brindado Pacha. También al igual que con los personajes de género femenino, los de género masculino muestran deseos nuevos – y son éstos los que han influido en los cambios de los valores. Por ejemplo, el deseo de disfrutar de una mejor condición, de disfrutar de la vida o del estatus, de codiciar algo o alguien, de hacer cosas diferentes, de ser como otros o de agradar a otros, todo esto aumenta los valores de logro, poder, autodirección, hedonismo... Es muy llamativo este cambio, porque al afectar también a los valores, cala incluso más hondo que el cambio observado en los personajes de género femenino.

#### 5.5.4.3 *Análisis de los deseos según la escala de valores en villanos*

Gráfico 5.5.8



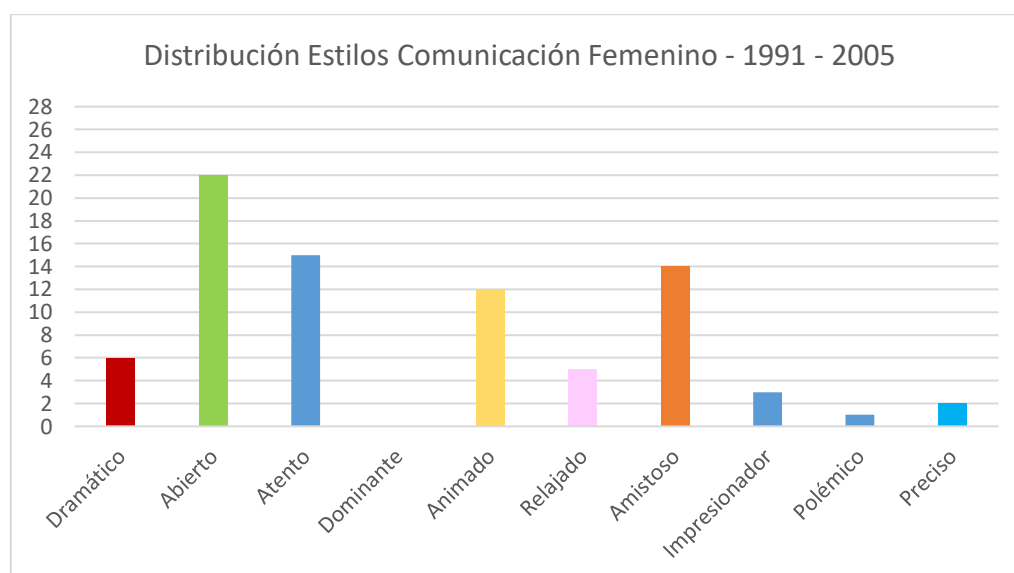
**Evidencia deseos-valores villanos:** En esta quinta época, se observa que la distribución de los valores expresados por los villanos se mantiene relativamente estable, en comparación con la época anterior, a pesar de aumentos ligeros relativos en los valores de la tradición, la conformidad y la benevolencia, por una parte, y de la estimulación, el hedonismo y el logro, por otra. Cabe destacar que, para este periodo, no canta ningún villano femenino como solista (sólo hay una hiena, en la 77B, de *El rey león*, que canta en coro), pero esto no parece influir en los valores expresados. El caso de Le Fou, en la

67A, de *La bella y la bestia* puede llamar la atención un poco, dado que el valor principal expresado es la seguridad, pero esto realmente no supone ningún cambio a nivel de distribución. Tampoco varían significativamente los deseos de los villanos, ya que ayudan interesadamente, codician algo o alguien, o se aprovechan de otros. Sólo las hienas en la 77B, de *El rey león*, buscan una mejor condición.

## 5.5.5 Análisis del estilo de comunicación

### 5.5.5.1 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género femenino

Gráfico 5.5.9



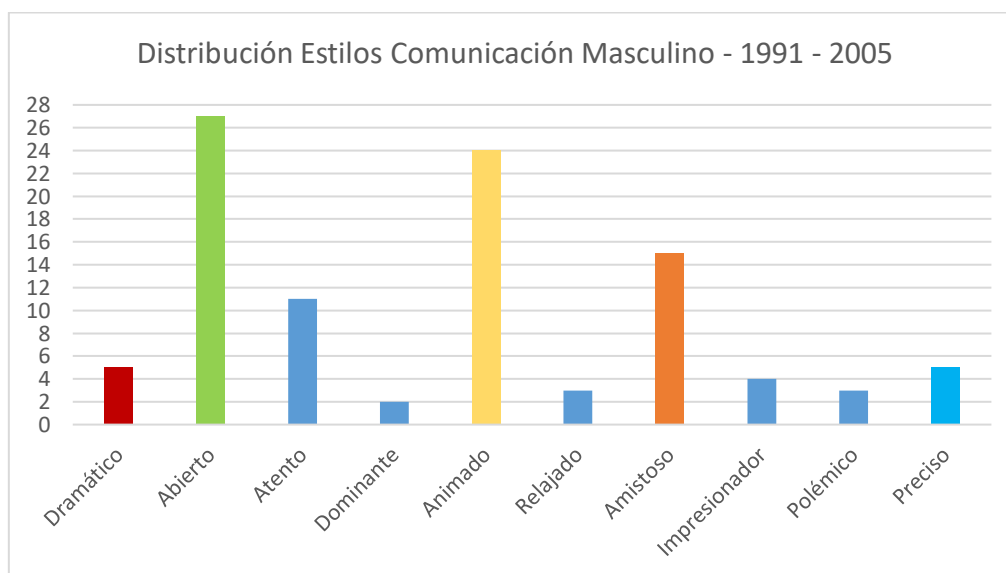
**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género femenino:** Predomina el estilo de comunicación abierto, seguido por el atento y el amistoso, tras cambios leves en las proporciones de los distintos estilos desde la última época. En realidad, la distribución es parecida, salvo por aumento relativo de los estilos dramático, atento e impresionador, y un descenso de los estilos dominante, animado, amistoso y polémico. El cambio más llamativo ha sido el que ha invertido a los estilos abierto y amistoso desde el último periodo. Respecto a la explicitación, predomina la directa, aunque con tres casos de explicitación disimulada/manipuladora y varios ejemplos de la indirecta.

**Evidencia nivel de acción visual:** Para el conjunto de toda la época, predomina un nivel de acción visual medio, habiendo ejemplos por todo el espectro, salvo el muy pasivo. De hecho, por lo general, no hay muchos casos de un nivel de acción visual muy activo, por lo que resulta llamativo que haya tres ejemplos dentro de esta muestra de personajes cantantes femeninos en esta época. El primer caso son los plumeros en la canción 68C,

de *La bella y la bestia*, cuando bailan alegremente en formaciones grandes y coloridas, con los demás personajes, para animarle a Bella a disfrutar del festín que le han preparado. El segundo caso trata de Nala, en la 76B, de *El rey león*, cuando se dedica a jugar, corriendo, saltando, montando en avestruces... y, hasta participando en un espectáculo muy animado, al estilo de Busby Berkeley, con varias especies de animales. El último caso trata de Mulán, en la 92D, de *Mulán*, cuando entrena enérgicamente con los demás reclutas, corriendo con pesas, cruzando un río a saltos sobre troncos, practicando tiro con arco y artes marciales. Y esto es sin incluir casos con momentos también muy activos, como Pocahontas, en la 81, de *Pocahontas*, cuando canta sobre su deseo de descubrir el camino a seguir en su vida, bajando en canoa por los rápidos (esta canción sólo se ha clasificado de un nivel de acción visual activo, debido a varios momentos también físicamente tranquilos en la misma canción). Entonces, aunque el conjunto de todas estas canciones resulta llevar un nivel de acción visual medio, destacan los ejemplos más activos.

#### 5.5.5.2 *Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género masculino*

Gráfico 5.5.10



**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género masculino:** Con una muestra casi cinco veces el tamaño de la muestra correspondiente del periodo anterior, aquí se observa una distribución muy diferente a la de dicho periodo. Predominan los estilos de comunicación abierto, animado y amistoso, en ese orden, con aumentos muy notables de estos dos primeros estilos y un descenso notable del tercero. De hecho, en la época

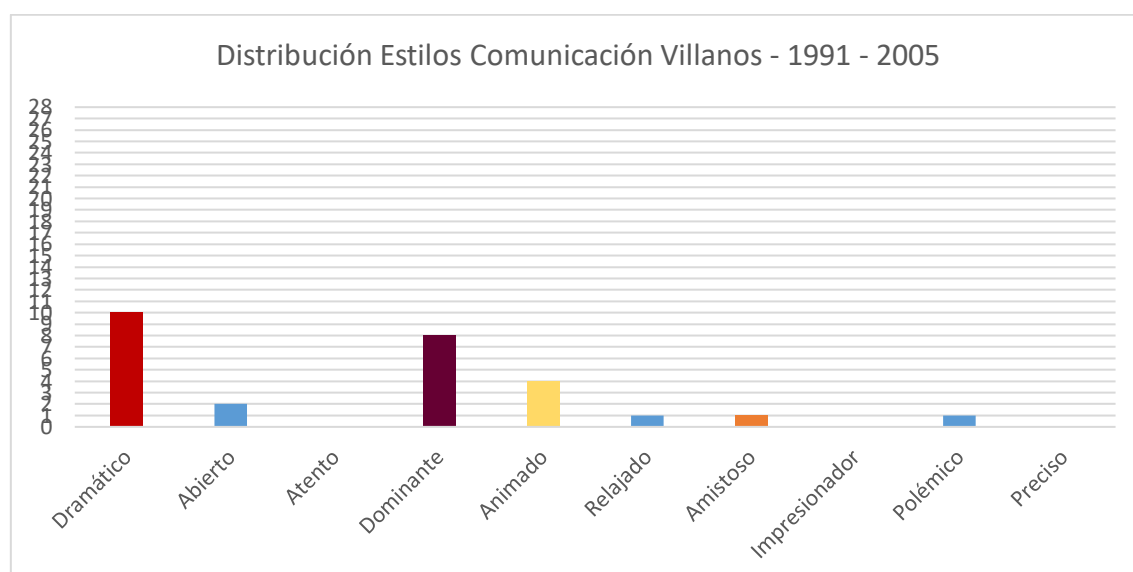


anterior, no hubo ningún caso del estilo abierto, ni tampoco del estilo dominante, el impresionador o el preciso, por lo que se encuentra una distribución mucho más variada, aparte del cambio de predominio. Destaca también el predominio de la explicitación directa sobre la indirecta (segunda) y le disimulada/manipuladora (con sólo un caso).

**Evidencia nivel de acción visual:** Entre todos los personajes cantantes de género masculino de este periodo como conjunto, se observa un nivel de acción visual activo, cubriendo casi todo el espectro, salvo el nivel muy pasivo. Más de la mitad de los personajes cantantes de esta muestra se ven activos o muy activos, reflejando un nivel de actividad visual incluso mayor que el que se observa entre los personajes femeninos. De hecho, seis de los siete ejemplos muy activos corresponden también a los ejemplos muy activos de los personajes de género femenino de esta época: la 73, 76A, 82B, 82C, 92A, 92B, procediendo de *Aladdín*, *El rey león*, *Pocahontas* y *Mulán*. En los casos de un nivel pasivo, ambos son solistas: el primero es Powatan, en la 80C, de *Pocahontas*, cuando intenta convencer a su hija a ser constante, mientras va paseando muy lentamente; el segundo es la voz de Phil Collins (masculino), en realidad representando a un personaje de género femenino (Kala) en la 94B, de *Tarzán*, cuando ella intenta tranquilizar al pequeño, tumbándose despacito y acurrucándose junto a él.

#### 5.5.5.3 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en villanos

Gráfico 5.5.11



**Evidencia estilo de comunicación-explicitación villanos:** La muestra de villanos para esta época resulta sorprendentemente pequeña, considerando el tamaño de la muestra

total. A pesar de esto, se observan cambios muy significativos en los estilos de comunicación desde la época anterior. Predominan los estilos dramático y dominante, tras un aumento muy notable en este último estilo. Por otra parte, se aprecian caídas muy grandes en los estilos atento (a cero), relajado, impresionador (a cero), polémico y preciso. Esta distribución puede deberse al hecho de que sólo uno de los casos de villanos trata de un ayudante, que se expresa de una manera menos agresiva: Le Fou, en la 67A, de *La bella y la bestia*, se expresa con un estilo animado y amistoso. Los demás casos son los villanos protagonistas mucho más autoritarios, mostrando, como mínimo, o el estilo dramático o el estilo dominante (o los dos). Entre ellos, predomina también la explicitación directa, con dos casos de la indirecta y uno de la disimuladora/manipuladora.

**Evidencia nivel de acción visual:** Cabe destacar que, para esta época, los villanos reflejan un nivel de acción visual activo, casi muy activo. Esto supone un cambio significativo con respecto al periodo anterior. El caso menos activo es el del Juez Frollo, en la 83A, de *El Jorobado de Notre Dame*, cuando pretende persuadirle a Quasimodo de quedarse en su torre y olvidarse de salir fuera. Frollo, siempre de pie en esta canción, adopta una actitud muy dramática, pero físicamente poco activa, moviéndose de manera muy lenta y estudiada. Cuando levanta los brazos, es para posar, para efecto. Cuando camina, lo hace de forma teatral. En contraposición, hay seis casos que reflejan un nivel de acción visual activo o muy activo. Uno de los más activos es el ejemplo de Gastón, en la 67C, de *La bella y la bestia*, donde se mueve con movimientos más grandes y lentos que los demás personajes en escena, dando una sensación de gran tamaño y fuerza, lo cual hace que parezca todavía más activo y dramático.

#### 5.5.6 Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico

Las principales conclusiones del “qué”: los valores y, el “cómo”: la forma en la que se expresan, en las canciones de los clásicos del periodo Disney analizado:

- El qué (los sueños y los valores que representan): En las canciones estudiadas de este periodo, se observan cambios muy llamativos con respecto a las canciones del periodo anterior. Tanto para los personajes de género femenino como para los personajes de género masculino, se incorporan deseos nuevos, con enfoques distintos. Para los personajes de género femenino, esto no parece afectar significativamente la distribución de los valores. De hecho, siguen predominando los valores de la seguridad y la

benevolencia y, se aprecian aumentos notables en los valores de la tradición, el universalismo, el logro y el poder, mientras baja el hedonismo, pero todo esto sin apenas cambiar las proporciones observadas el último periodo. Entre los personajes de género masculino, sí que hay cambios de notar en la distribución de los valores. Han bajado los valores de la seguridad y la benevolencia, acercándose un poco más a los demás valores, mientras el logro ha aumentado drásticamente hasta predominar sobre todos los demás. Respecto a los villanos, a nivel general, no varían notablemente ni los deseos expresados ni la distribución de los valores así representados, desde el periodo anterior. El único caso que sale un poco de la norma es el único ejemplo de un villano más bien secundario (Le Fou, amigo de Gastón, en *La bella y la bestia*).

- El cómo (los estilos de comunicación y los niveles de actividad/pasividad verbal y visual): Durante este periodo, los personajes de género femenino usan la 1ª persona relativamente menos, con un nivel de acción verbal medio, mientras que emplean la 2ª persona con bastantes verbos en imperativo y subjuntivo, lo cual sube a un nivel activo. Predomina el uso de la 3ª persona, pero con un nivel de acción poco activo, mientras se emplean muy poco las formas no personales, que llevan un nivel medio. Entre los personajes de género masculino, aumenta ligeramente el uso de la 1ª persona, con un nivel de acción verbal medio, mientras, al igual que en el caso femenino, el uso de verbos en imperativo y subjuntivo hacen que el uso de la 2ª persona resulte activo. También parecido al caso femenino, emplean mucho la 3ª persona, con un nivel de acción verbal muy pasivo, mientras que usan poco las formas no personales, con una actividad media. Difieren los villanos, ya que reducen la actividad expresada en la 1ª persona hasta un nivel poco activo; sin embargo, concuerdan estos con los femeninos y masculinos en la actitud activa de la 2ª persona y las formas no personales, mientras la forma más usada, la 3ª persona, refleja un nivel de acción pasivo. Respecto al uso del tiempo, se observa un aumento en el uso masculino del futuro, sobretodo en la 1ª persona, y el predominio del uso del presente en 3ª y 1ª persona para ambos géneros. En cuanto al nivel de acción visual, en conjunto, los personajes de género femenino reflejan un nivel medio, los de género masculino un nivel activo y, los villanos un nivel activo o muy activo. Destaca que hay casos muy activos para los tres grupos. Predomina la explicitación directa para los tres, pero hay diferencias en los estilos de comunicación. Para los personajes de género femenino, destacan el abierto, el atento y el amistoso, para los personajes de género masculino, predominan el abierto, el animado y el amistoso, mientras los villanos se expresan más mediante los estilos dramático y dominante.

Para comentar sobre el contexto histórico de la sociedad española durante esta época, resumimos algunos aspectos relevantes. A nivel económico, en el año 1993, España entró en una recesión (reacción tardía a la crisis iniciada en 1990 en Japón) que, para el público, se tradujo en un crecimiento enorme del desempleo, además de problemas de deuda pública, entre otras cosas. No salió de dicha recesión hasta el año 1996, tras la cual España pasó una etapa de más de una década de altas tasas de crecimiento. Durante la última década del siglo, se aprecia, además, un aumento notable en el número de mujeres activas, a pesar de la discriminación que experimentaban, de cara al tipo de contrato, la ocupación, el perfil o el sueldo recibido. (Borderías Uribeondo, 1998)

Destacan algunas medidas tomadas hacia la igualdad de género: por ejemplo, el IV Plan de Igualdad de Oportunidades (2003-2006), del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, que articuló medidas en las áreas de

“1.- Introducción de a perspectiva de género en las políticas públicas... 2.- Igualdad entre Mujeres y hombres en la vida económica... 3.- Participación en la toma de decisiones... 4.- Promoción de la calidad de vida de las mujeres... 5.- Fomento de la igualdad en la vida civil... 6.- Transmisión de valores y actitudes igualitarias, en el convencimiento de que, para lograr un cambio perdurable, es necesario incidir en aquellos instrumentos de que se sirve el tradicional sistema patriarcal para continuar ejerciendo su influencia sobre las estructuras sociales... 7.- Conciliación de la vida Familiar y Laboral, donde se pretende lograr un mayor equilibrio entre hombres y mujeres a la hora de compatibilizar las actividades desarrolladas en los dos ámbitos... 8.- Cooperación...” (Alonso & Furio, 2007, p. 22)

Como hemos observado, durante este periodo de consolidación de la democracia, las mujeres se fueron tomando mayor control de sus cuerpos y sus vidas. Los cambios demográficos experimentados en España indican que hubo cambios estructurales, llevando a un nuevo concepto de familia y de sociedad, desde la estructura “tradicional” hasta la estructura “legal-racional”, de Alberdi, donde la pareja no se casa hasta que no consiga cierta estabilidad económica, y tiene sólo el número de hijos e hijas que se pueda permitir, para poder criarles en mejores condiciones. A consecuencia, por ejemplo, se observaron caídas en el número de hijos e hijas por mujer, y aumentos en la edad de maternidad media. Con la nueva realidad de la mujer madre y trabajadora, también se empezó a aprobar medidas a favor de la conciliación de la vida laboral y la vida familiar, y se fortalecieron los esfuerzos por conseguir la igualdad real de género, a través de

organismos como el Instituto de la Mujer, mediante programas y planes de oportunidades, y medidos por trabajos como los “Estudios en el Marco del Programa de Acción Comunitario para la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (1996-2000)”. Esto se debe a que, aunque en esta época, muchas personas (hombres y mujeres) fueron asumiendo roles, y puestos laborales, y actividades deportivas... teóricamente atribuidos al otro sexo, las actitudes androcéntricas y los valores machistas y patriarcales todavía se evidencian en muchos sectores de la sociedad.

El “renacimiento” de Disney tuvo lugar del 1989 al 1999 y supuso una renovación y mejora de la empresa de cara al público y a la crítica. Durante esta década, produjo y distribuyó 10 largometrajes animados, la mayoría basada en historias conocidas, y experimentando un éxito generalizado, incluyendo numerosos premios, sobre todo por su música. Estos “Clásicos” incluyen *La Sirenita* (estrenada en España en el año 1990), *Los Rescatadores en Cangurolandia*, *La bella y la bestia*, *Aladdín*, *El rey león*, *Pocahontas*, *El jorobado de Notre Dame*, *Hércules*, *Mulán* y *Tarzán* (esta última se considera la última de este “renacimiento”). La mayor parte de las películas animadas de Disney estrenadas a partir del año 2000 (*Fantasia 2000*, *Dinosaurio*, *El emperador y sus locuras*, *Atlantis, el imperio perdido*, *El planeta del tesoro...*) no tuvieron tanto éxito como los de los años 90, excepto, quizás, por *Lilo & Stitch*. Y es que, fue en esta época que debía competir con DreamWorks Animation (con *Shrek*) y con las mismas películas que sacaba con Pixar (*Toy Story*, *Finding Nemo*, *The Incredibles...*). Desgraciadamente, los valores machistas y patriarcales están presentes en el cine, y específicamente en los “Clásicos” de Disney de la misma época, aunque de forma más bien disimulada. Los personajes femeninos de estas películas siguen expresando los valores de la seguridad y la benevolencia, pero a través de sueños diferentes: aunque se siguen preocupando por el bienestar de otros, expresan muchos sueños asociados a la perspectiva de una mejor condición vital – personal o para otras personas – o a las experiencias nuevas (Bella de *La Bella y la Bestia*, Pocahontas de *Pocahontas* o Mulán de *Mulán*, por ejemplo, o Mégara, de *Hércules*, que desea **no** estar enamorada). Los personajes masculinos también cantan sobre deseos nuevos, que, a su vez, causan cambios drásticos en cuanto a los valores que expresan, mostrándose bastante más variados que sus pares femeninos. Los mensajes transmitidos así no parecen encajar del todo con los cambios vividos durante esta época (aunque quizás se vieran mejor adaptados a nuestro último periodo, del año 2006 en adelante).

## 5.6 Análisis del periodo: 2006-Actualidad

### 5.6.1 Canciones incluidas en el periodo

A continuación, se incluyen las canciones seleccionadas:

Cuadro 13. Listado de canciones y datos relevantes para la sexta época

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
108	Dame una oportunidad (Pienso siempre en ti)	Descubriendo a los Robinsons	49	30/03/ 2007	30/03/ 2007	Solista (que representa a Lewis) y coro en off	M	H/B	Lewis desea ganarse el amor de una familia, aunque, en realidad, la motivación tras su invento no es más que el deseo de averiguar por qué su familia lo abandonó (y posiblemente cambiar ese hecho).
109	Recuerdos (créditos finales)	Descubriendo a los Robinsons	49	30/03/ 2007	30/03/ 2007	Solista	M	N	Desea recuperar sus recuerdos olvidados/perdidos.
110	Ladrando a la luna	Bolt	50	21/11/ 2008	05/12/ 2008	Solista (que representa a Bolt) con coro en off	F	H/B	Bolt desea encontrar a su querida amiga humana, Penny.
111	Ya llegaré	Tiana y el Sapo	51	11/12/ 2009	05/02/ 2010	Tiana	F	H/B	Tiana desea lograr su sueño de comprar un antiguo almacén donde abrir su propio restaurante.
112 A	Si humano fuera yo	Tiana y el Sapo	51	11/12/ 2009	05/02/ 2010	Louis	M	H/B	Louis desea ser humano, para poder tocar el jazz y ser reconocido como uno de los grandes del jazz.
112 B	Si humano fuera yo	Tiana y el Sapo	51	11/12/ 2009	05/02/ 2010	Naveen	M	H/B	Naveen desea volver a ser humano, para poder disfrutar de la buena vida, como acostumbra a hacer.
112 C	Si humano fuera yo	Tiana y el Sapo	51	11/12/ 2009	05/02/ 2010	Tiana	F	H/B	Tiana desea volver a ser humana, para poder trabajar hacia la consecución de su sueño: tener restaurante propio.
113	Ma Belle Evangeline	Tiana y el Sapo	51	11/12/ 2009	05/02/ 2010	Ray	M	H/B	Ray desea estar con su amada Evangeline (que en realidad es una estrella).

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
114 A	Canción del encantamiento (créditos iniciales)	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Madre Gothel	F	V/ M	Desea mantenerse eternamente joven y bella.
114 B	Canción del encantamiento (créditos iniciales)	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Rapunzel	F	H/B	Desea usar la magia de su pelo para curarle a quien cree ser su madre de sus males.
115	Cuando mi vida va a comenzar	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Rapunzel	F	H/B	Desea salir de su torre para comenzar su vida, empezando por ir a ver las luces que siempre brillan el día de su cumpleaños.
116	Madre sabe más	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Madre Gothel	F	V/ M	Desea seguir usando la magia del pelo de Rapunzel para mantenerse joven y bella, pero obviamente no se lo dice directamente. En cambio, intenta asustar a Rapunzel para que deje de pedir salir fuera.
117	Cuando mi vida va a comenzar (reprise)	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Rapunzel	F	H/B	Desea comenzar su vida, empezando por la libertad que le supone salir de la torre.
118 A	Mi sueño es	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Rapunzel	F	H/B	Desea ir a ver los farolillos en su cumpleaños.
118 B	Mi sueño es	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Rufián garfio	M	N	Desea convertirse en un gran pianista.
118 C	Mi sueño es	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Rufián narizota	M	N	Desea enamorarse de una chica.
118 D	Mi sueño es	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Coro de rufianes	M	N	Desean hacer todo tipo de actividades que no tienen nada que hacer con su estado actual: ser florista, ser diseñador de interiores, ser mimo, hornear pastas, tejer, coser, coleccionar unicornios...
118 E	Mi sueño es	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Flynn	M	H/B	Desea hacerse rico y marcharse a vivir la vida fácil en una isla de su propiedad.
119	Canción del encantamiento (reprise 3 Rapunzel)	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Rapunzel	F	H/B	Desea curarle la herida a Flynn.
120 A	Por fin ya veo la luz	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Rapunzel (Primero en off, luego en voz alta)	F	H/B	Se da cuenta que se ha enamorado de Flynn y desea estar con él.
120 B	Por fin ya veo la luz	Enredados	52	24/11/ 2010	04/02/ 2011	Flynn (Primero en off, luego en voz alta)	M	H/B	Se da cuenta que se ha enamorado de Rapunzel y desea estar con ella.

Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
121 A	Algo así quiero yo (créditos finales)	Enredados	52	24/11/2010	04/02/2011	Solista (que representa a Rapunzel) en off	F	H/B	Desea el amor de él (Flynn).
121 B	Algo así quiero yo (créditos finales)	Enredados	52	24/11/2010	04/02/2011	Solista (que representa a Flynn) en off	M	H/B	Desea el amor de ella (Rapunzel).
122	Un Pooh cuida de su tripita (The Tummy Song)	Winnie the Pooh	53	15/07/2011	20/04/2011	Winnie the Pooh	M	H/B	Como acaba de despertarse y, la tripita le suena (porque tiene hambre), desea comer miel para "cuidar su tripita".
123	Tiggerizarte (Get You Tiggerized!)	Winnie the Pooh	53	15/07/2011	20/04/2011	Tigger	M	H/B	Desea convertirle a Ígor en un segundo Tigger, como compañero ideal para ayudarlo en su búsqueda del "Ponto".
124	Todo es miel dorada (Everything is Honey)	Winnie the Pooh	53	15/07/2011	20/04/2011	Winnie the Pooh	M	H/B	Pooh desea comer miel y, que todo su mundo sea miel, es algo utópico para él.
125	Hazme un muñeco de nieve	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Anna	F	H/B	Sintiéndose tremendamente sola, sólo desea pasar tiempo con Elsa, su hermana mayor.
126 A	Por primera vez en años	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Anna	F	H/B	Desea aprovechar el acto de coronación para escapar, por fin, de su soledad y, sobretodo, para encontrar al amor de su vida. Este evento le trae mucha ilusión.
126 B	Por primera vez en años	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Elsa	F	H/B	Desea que pase lo antes posible el acto de coronación, para que nadie vea su poder. Este evento le produce mucha ansiedad.
127 A	La puerta hacia el amor	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Anna	F	H/B	Cree haber conocido al amor de su vida y que es lo que desea.
127 B	La puerta hacia el amor	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Hans	M	V/M	Aparentemente desea encontrar su media naranja, pero trama otra cosa. Con 12 hermanos mayores, no podrá ascender al trono de su familia, por lo que, en esta canción, se aprovecha de la ingenuidad y la soledad de Anna para seducirla y, así poner en marcha su plan para hacerse con el trono de Elsa, lo que realmente desea.
128	¡Suéltalo!	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Elsa	F	H/B	Desea librarse, por fin, de la necesidad de esconder su secreto (su poder mágico) y, de esto se va convenciendo.



Nº (1)	Título de la canción	Título de la película	Clº (2)	Estreno EE.UU.	Estreno España	Cantante	Gén. (3)	Tip. (4)	Deseo expresado en la canción
129	En verano	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Olaf	M	H/B	Desea experimentar el verano, ignorante del efecto del calor sobre la nieve (ya que él es un muñeco de nieve).
130 A	Por primera vez en años (reprise)	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Anna	F	H/B	Desea ayudar al reino de Arendelle, que se ha quedado bajo una tormenta (hechizo) de invierno eterno, pidiéndole a Elsa que invierta el hechizo. A la vez, ahora que por fin entiende la razón de su abandono por su hermana, desea ayudarla en todo lo posible.
130 B	Por primera vez en años (reprise)	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Elsa	F	H/B	Elsa intenta echar a su querida hermana, Anna, de su castillo de hielo, sólo porque quiere protegerla. De hecho, se ha aislado allí para proteger a todos los de su reino también.
131	Libre soy (créditos finales, versión latinoamericana)	Frozen: El reino del hielo	55	27/11/2013	29/11/2013	Solista (que representa a Elsa)	F	H/B	Versión latinoamericana de Let it Go, en este caso (a diferencia de Súeltalo), parece que Elsa ya tiene asumida su libertad y su sacrificio para conseguirla. Desea ya vivir en paz, siendo ella misma, cosa que no ha podido hacer hasta este momento. Es una canción victoriosa, casi desde el principio.
132	Inmortales (créditos finales)	Big Hero 6	56	07/11/2014	19/12/2014	Dueto (posiblemente representando a los "héroes") en off	F	H/B	Parece que desean dejar una huella positiva en el mundo

(1): Número de canción de la muestra. (2): Número de "Clásico". (3): Género: F: Femenino; M: Masculino; Mix: Mixto.

(4): Tipo de personaje: H/B: Héroe/Bueno; V/M: Villano/Malo; N: Neutro

### 5.6.2 Principales evidencias encontradas

Los análisis realizados muestran las siguientes conclusiones para el periodo de estudio. En la tabla se puede apreciar en horizontal el género estudiado y en vertical el análisis (Actividad según verbos, Deseos y valores, y Estilo de comunicación)

- En resumen, se observa un aumento en el uso de la 1ª persona por los personajes de género femenino, con un nivel de acción verbal medio, que también se refleja en la 2ª persona y en las formas no personales (las últimas dos formas que reciben poco uso en esta época). La 3ª persona también se usa mucho y a esto se le suma un nivel de acción verbal pasivo o muy pasivo. El valor de la autodirección predomina, seguido por la seguridad y el logro, tras una consolidación de una nueva tendencia en los deseos hacia mejoras y cambios personales, como hacer cosas diferentes o liberarse de una carga. El estilo de comunicación más utilizado es el abierto, acompañado mayoritariamente por una explicitación directa.
- Entre los personajes de género masculino, se observa un nivel de acción verbal poco activo, casi medio, en todas las formas. Dentro de éstas se aprecia un predominio de la 1ª persona, con una distribución sorprendentemente igualada; la 3ª persona también refleja mucho uso, pero con un predominio muy claro de los verbos copulativos, mientras la 2ª persona y las formas no personales reciben muy poco uso, en comparación. Respecto a los valores, predominan los valores de la autodirección y la estimulación por delante del logro, tras una consolidación de esta misma tendencia de los deseos asociados a la *self-enhancement*. También al igual que en el caso de los personajes de género femenino de esta época, predomina el estilo de comunicación abierto, seguido por el animado, con una explicitación directa y muy pocos casos de la indirecta.
- Para los villanos, se observa más variedad en el nivel de acción verbal de las distintas formas utilizadas. En esta época, se aprecia un uso relativamente medio de la 1ª persona, con un nivel de acción verbal medio, mientras que las formas no personales, que se usan poco, también reflejan este nivel medio. En cambio, las dos formas que más se emplean muestran actitudes contrarias entre ellas: en la 2ª persona, se observa un nivel de acción activo, mientras en la tercera, se ve una actitud poco activa. Por otra parte, siguen predominando los valores de logro y poder, en este orden, reflejados por el deseo único en esta escasa muestra de villanos de aprovecharse de otros. Predomina también el estilo de comunicación amistoso, junto con una explicitación disimulada/manipuladora – por delante de la indirecta – lo cual resulta correcto, dado que estos personajes en concreto se dedican a engañar a sus interlocutores con expresiones falsas de amor, lo cual se verá en más detalle en la sección dedicada a los estilos de comunicación de los villanos.

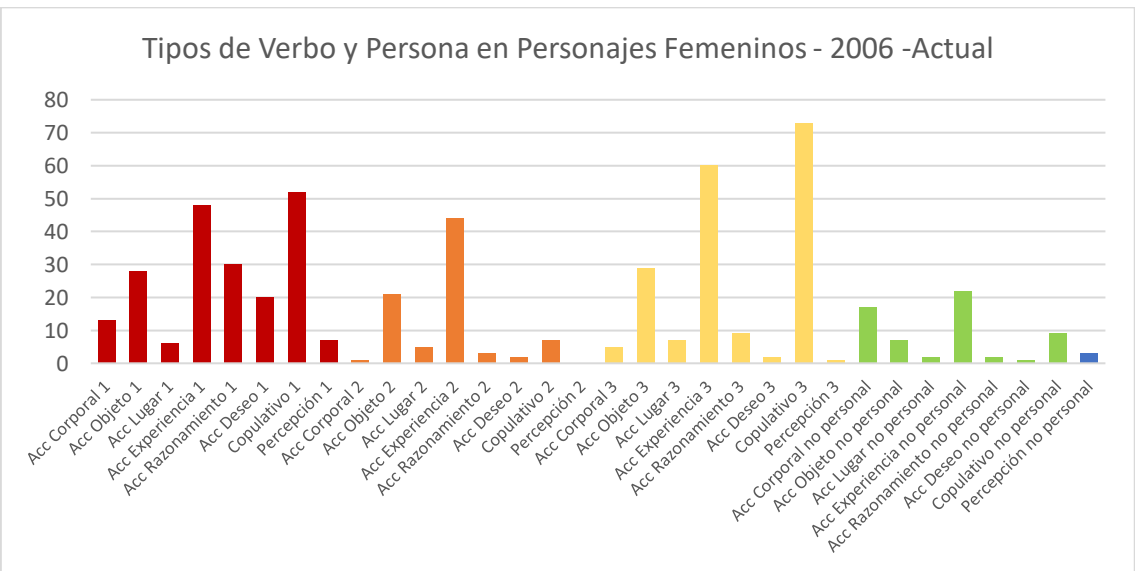
Cuadro 14

Resumen de Evidencias Periodo 2006-Actualidad				
		Análisis Verbal Actividad-Pasividad	Análisis Deseos-Valores	Análisis Estilo de Comunicación - Explicitación
Femenino	1ªPersona	Predominio de la 1ª persona, con actividad media	Predomina el valor de la autodirección, seguida por la seguridad y el logro, luego la benevolencia. Se consolidan los deseos hacia mejoras en condiciones, hacer cosas diferentes o liberarse de una carga.	Predomina el estilo de comunicación abierto, seguido a mucha distancia por el animado, mientras la explicitación es mayoritariamente directa, seguida por la indirecta.
	2ªPersona	Nivel de acción verbal medio, poco uso		
	3ªPersona	Uso elevado con actitud pasiva o muy pasiva		
	No Personales	Poco uso, con nivel de acción verbal medio		
Masculino	1ªPersona	Predominio de 1ª persona, distribución igualada, actitud poco	Predominan los valores de la autodirección, la estimulación y después el logro. Se refleja también una consolidación de los deseos asociados a la "self-enhancement".	Predomina el estilo de comunicación abierto, seguido por el animado, mientras la explicitación es directa, con muy pocos casos de la indirecta.
	2ªPersona	Muy poco uso, distribución igualada, nivel de acción verbal poco activo		
	3ªPersona	Mucho uso, con una actividad poco activa		
	No Personales	Poco uso, nivel de acción verbal medio o poco activo		
Mixto	1ªPersona			
	2ªPersona			
	3ªPersona			
	No Personales			
Villanos	1ªPersona	Uso medio, con nivel de acción verbal también medio	Siguen predominando los valores de logro y poder, por delante de seguridad y los demás, reflejados por el deseo de aprovecharse de otros.	Predomina el estilo de comunicación amistoso, seguido por el dramático y el abierto. También predomina la explicitación disimulada/manipuladora, por delante de la indirecta.
	2ªPersona	Uso elevado, con actitud activa		
	3ªPersona	Uso elevado, con actitud poco activa		
	No Personales	Poco uso, con nivel de acción verbal medio		
	Uso del Tiempo	Predomina el uso del presente en 1ª y 3ª persona fem. y, 3ª y 1ª persona masc.; aumento en el uso de pasado (1ª y 3ª persona) y futuro (1ª persona) en femenino		

5.6.3 Análisis de actividad/pasividad según los tipos de verbos

5.6.3.1 Evidencias actividad/pasividad género femenino

Gráfico 5.6.1



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género femenino:** Predomina el uso de la 1ª persona entre los personajes de género femenino para esta época, tras un aumento en el uso de dicha forma desde el periodo anterior y, en comparación con las demás formas. La distribución de los tipos de verbos se parece a la del periodo anterior, con aumentos observados en casi todos los tipos, pero destaca el aumento muy notable en el uso de los verbos de deseo (llegaré, soñé, quiero...) y los copulativos (estoy, fui, soy, fuera, quiero ser, lograremos ser, somos, estamos...), mientras sólo bajan los de percepción (siento, veré, vuelvo a ver, puedo oler, puedo sentir). De hecho, el tipo más usado es el verbo copulativo, seguido por el de experiencia (he pasado, me enredé, subiré, haré, tengo que empezar, me siento, puedo ver, quería crecer, quiero emprender, podremos resolver, no puedo ocultarlo, no voy a pararme...). El resultado para el conjunto es un nivel de acción verbal medio.

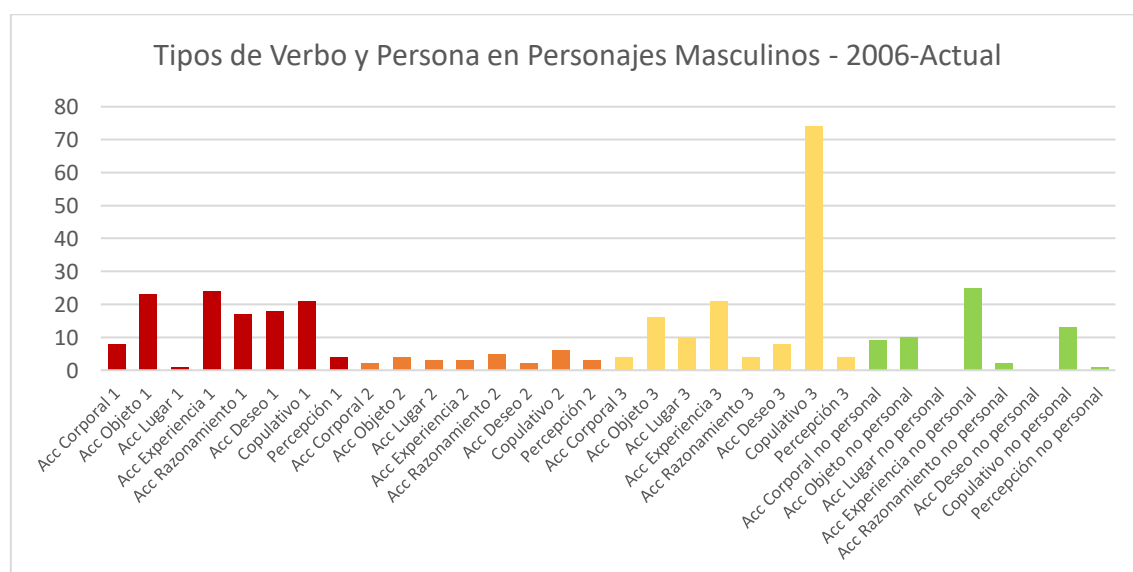
**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género femenino:** En esta época se observa una caída en el uso de la 2ª persona por los personajes de género femenino, hasta aproximadamente el mismo nivel de las formas no personales. También se aprecian cambios en la distribución dentro de esta forma. Predominan los verbos de experiencia (vives, das, recibirás, tienes que plantarte, no has de sentir, no me apartes, haces, sigas...), tras una bajada muy notable en los verbos de objeto (trócalo, torna, no dejes, has de esconder, no tienes que protegerme...), así reduciendo el nivel de acción verbal a un nivel más bien medio. Sin embargo, de cara al locutor, el uso de verbos en imperativo y subjuntivo le aporta un poco más de actividad, ya que esto implica un deseo por parte del locutor.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género femenino:** El uso de la 3ª persona por los personajes femeninos apenas ha sufrido cambios desde la última época y tampoco varía notablemente con respecto a las demás formas. Se observan solamente un ligero descenso en el uso de los verbos corporales (asoma, mira, clava, se abrirán) y un ligero aumento en el uso de los verbos de razonamiento (supiera, piensan, sepan, no han de saber, me gusta imaginar...). Por lo demás, sigue siendo de las formas más utilizadas en esta época, casi tanto como la 1ª persona. Sigue predominando el uso de los verbos copulativos (hay, es, está, habrá, fue, son, volverá a estar...) en esta forma, lo cual le aporta un nivel de acción pasivo o muy pasivo, aunque lleva una carga sumamente descriptiva de cara al locutor.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género femenino:** Durante esta época, sigue predominando el uso de los verbos de experiencia (disfrutar, parar, trabajar, estallando, poder salir, hacer, enfrentarte, ver, hecho, esperar, abrir...) en las formas no personales, aunque con un aumento relativo en el uso de los verbos corporales (tocar, tejer, cocinar, dibujar, corriendo, bailando, saltando, botando, parar, mirando...) y copulativos (siendo, ser). Mantiene todavía un nivel de acción verbal medio, aunque cabe destacar que el aumento relativo de los verbos corporales aporta una mayor sensación de actividad.

### 5.6.3.2 Evidencias actividad/pasividad género masculino

Gráfico 5.6.2



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona género masculino:** Cabe destacar que no predomina ningún tipo de verbo en el uso de la 1ª persona por los personajes de género masculino durante esta época, ya que casi todos los tipos prácticamente se han igualado a un nivel relativamente alto. Esto incluye los verbos de objeto (demostraré, vamos a hacer, quiero encontrarte, agarraré, tocaré, hago despegar, tenemos...), de experiencia (temo, no pararé, haría vibrar, me daré, pasaré, viviré, me convierto, veo...), de razonamiento (pienso, quiero saber, sé, supe...) y de deseo (lograré, quiero, alcanzaré, soñé...) y, los verbos copulativos (fuera, sea, vuelvo a ser, lograremos ser, soy, prefiero ser, estar...). En comparación, los verbos corporales (quiero decirte, rompa), los verbos de lugar (me iría) y los verbos de percepción (siento, vi) apenas se han usado. Es muy llamativo porque no se había visto una distribución así antes. Además, llama la atención

que el nivel de acción verbal resultante es poco activo. A continuación, se presentará los resultados de las demás formas, que fortalecerán todavía más una actitud cada vez más pasiva.

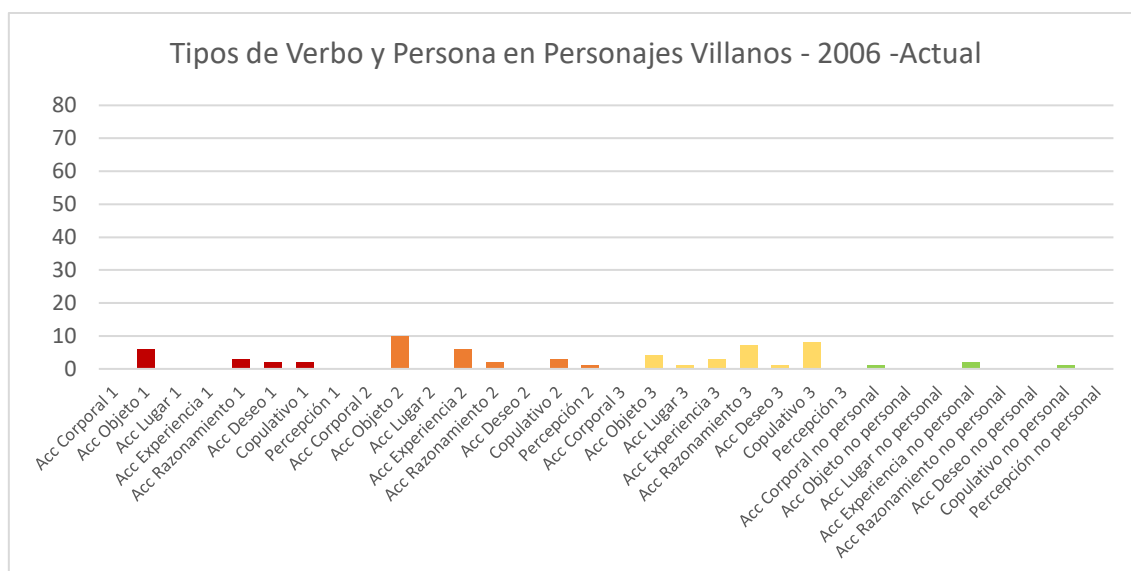
**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona género masculino:** Tras caídas muy marcadas de los verbos de objeto y de experiencia, se aprecia que la 2ª persona es la forma menos usada por los personajes de género masculino durante este periodo. También se observa una distribución muy igualada entre las distintas formas, con un predominio escaso de los verbos copulativos (estás, eres, eras...), por delante de los verbos de razonamiento (sabes, creas, piensas...). A pesar de la presencia de verbos en imperativo (dame, dímelo, únete...), mostrando el deseo o la intención del locutor, la actitud no deja de ser poco activa o incluso pasiva.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona género masculino:** Para esta época, se observa un predominio pronunciado de los verbos copulativos (es, no están, son, está, hay...) en el uso de la 3ª persona por los personajes de género masculino, muy por delante de los verbos de experiencia (se callarán, hace el cielo brillar, se cumplirá, se ha marchado, ha cambiado, va a empezar...) y demás tipos de verbos. También se observa un descenso en el uso de los verbos corporales (duermen, escuche...), de objeto (se lleva, se pierden, hace, demuestra...) y de experiencia desde la última época. Esto le aporta a esta forma un nivel de acción verbal poco activo o pasivo. Aunque tampoco le reste mucha actividad del personaje cantante, desde la perspectiva del locutor, no deja de resultar descriptivo.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” género masculino:** Dentro de esta muestra muy pequeña, predominan los verbos de experiencia (explotar, disfrutar, parar, navegar, tejer, coser, poder ver, ver...) y copulativos (siendo, ser...) para las formas no personales empleadas por los personajes de género masculino de esta época. Destaca, sobretodo, el aumento de los verbos copulativos desde el periodo anterior, lo cual le aporta un nivel de acción verbal poco activo o medio.

#### 5.6.3.3 Evidencias actividad/pasividad villanos

Gráfico 5.6.3



**Evidencia actividad/pasividad 1ª persona villanos:** Aumenta visiblemente el nivel de acción verbal expresado en la 1ª persona por los villanos durante esta época, en comparación con la anterior. Esto se debe a un aumento relativo en el uso de los verbos de objeto (daré, digo, pediré, busqué, iba a decir, puedo decir), junto con la ausencia de verbos de experiencia y, las bajadas relativas de los verbos de razonamiento (supe, sé, pensaba) y copulativos (somos, estamos). El resultado para esta forma es un nivel de actividad medio. De todas formas, cabe destacar que, en una de estas canciones – donde canta Hans, en la 127B, de *Frozen: El reino del hielo* – el villano canta un dueto aparentemente cariñoso y animado con un personaje héroe/bueno, empleando un lenguaje parecido al lenguaje que usa el otro personaje (Anna), sólo para revelar mucho más tarde que todo era un engaño. Este ejemplo sigue la misma distribución del conjunto de la muestra de villanos, cosa que no resulta difícil, dado el tamaño excesivamente reducido de la muestra de canciones cantadas por villanos en esta época.

**Evidencia actividad/pasividad 2ª persona villanos:** Para esta época, se aprecia un nivel de acción verbal activo en el uso de la 2ª persona por los villanos, con un predominio de verbos de objeto (dame, vuelve, toma, querrías dejar, escucha, di...), seguidos por verbos de experiencia (brilla, haz, subsistirás, te casarías...) y, un empleo elevado de verbos en imperativo (dame, vuelve, toma, escucha di, haz, créeme...). También es de las dos formas más utilizadas por los villanos en este periodo.

**Evidencia actividad/pasividad 3ª persona villanos:** Predominan los verbos copulativos (fue, es, está, sea...) y de razonamiento (sabe...) en el uso de la 3ª persona por los villanos

de esta época, seguidos por los verbos de objeto (protege, comerán, sale...) y, manteniendo una distribución parecida a la del periodo anterior. También es de las dos formas más utilizadas por los villanos durante este periodo. Resulta un nivel de acción verbal poco activo, aunque esto lleva un papel muy descriptivo y, por lo tanto, influye poco desde la perspectiva del locutor.

**Evidencia actividad/pasividad “formas no personales” villanos:** Con una distribución más limitada que en el periodo anterior, esta forma apenas la usan los villanos durante esta época, con sólo cuatro casos: 1 verbo corporal (calzar), dos verbos de experiencia (hacer, abrir) y un verbo copulativo (ser). En conjunto, lleva un nivel de acción medio.

#### *5.6.3.4 Evidencias uso del tiempo género femenino y masculino*

**Evidencia de uso del tiempo:** Se aprecian aumentos muy notables en el uso de la 3ª persona en pasado y, de la 1ª persona en futuro, presente y pasado por parte de los personajes femeninos de este periodo. Predomina la 1ª persona por encima de la 3ª, por mucho en el futuro y por poco en el presente (invirtiendo la distribución de la última época), siendo más o menos igualada en el pasado. Se observa un predominio muy destacado del presente sobre los demás tiempos. En cuanto a los personajes de género masculino, la distribución de los tiempos se mantiene desde el último periodo, al igual que la distribución de las personas dentro de cada tiempo, salvo en el caso de la 3ª persona en pasado, que ha sufrido una caída relativa notable. Al igual que en el caso de género femenino, predomina el presente sobre los otros, con mucha diferencia.

Gráfico 5.6.4



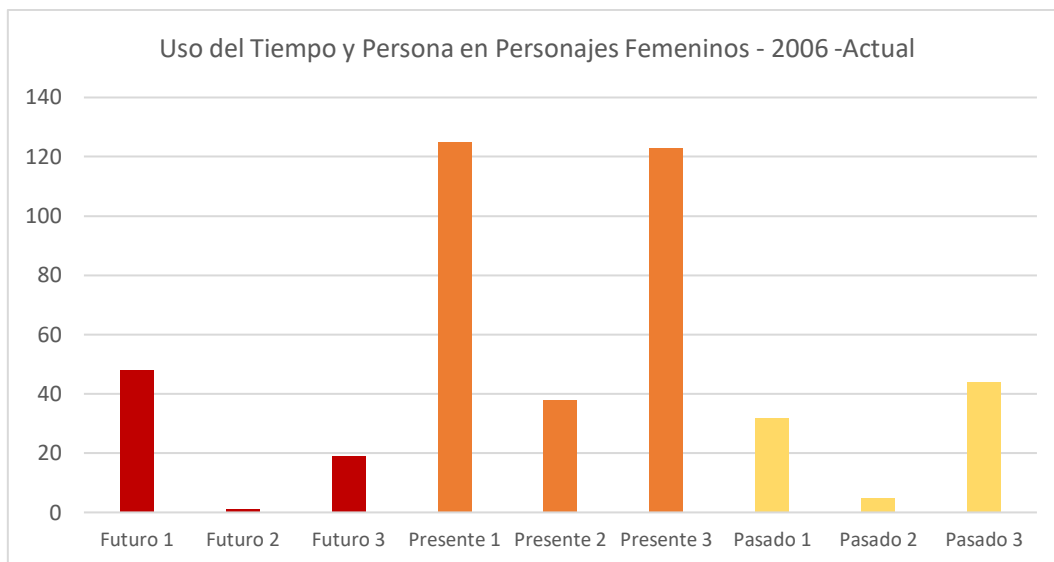
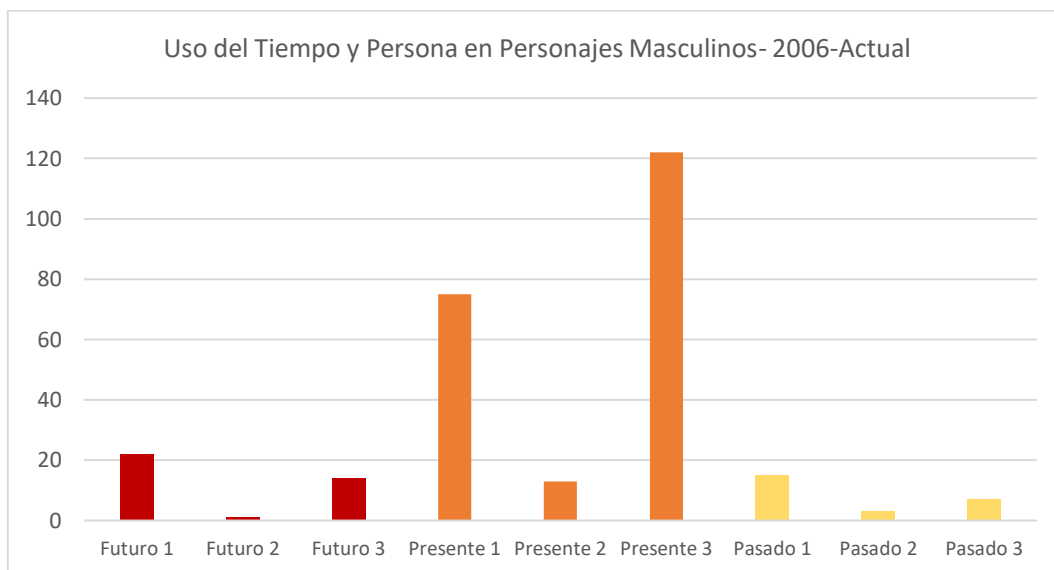


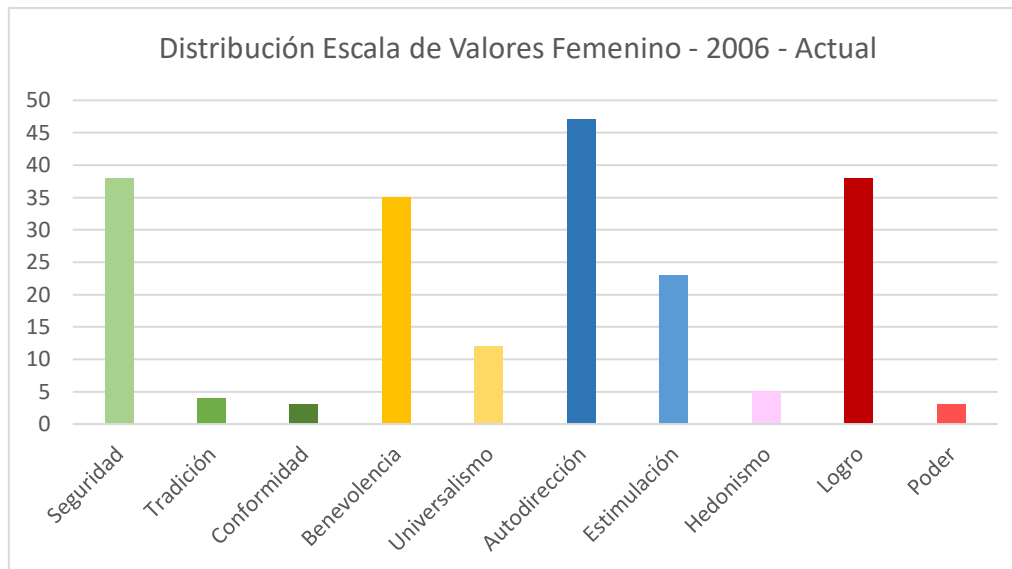
Gráfico 5.6.5



#### 5.6.4 Análisis de los deseos según la escala de valores

##### 5.6.4.1 Análisis de los deseos según la escala de valores en género femenino

Gráfico 5.6.6



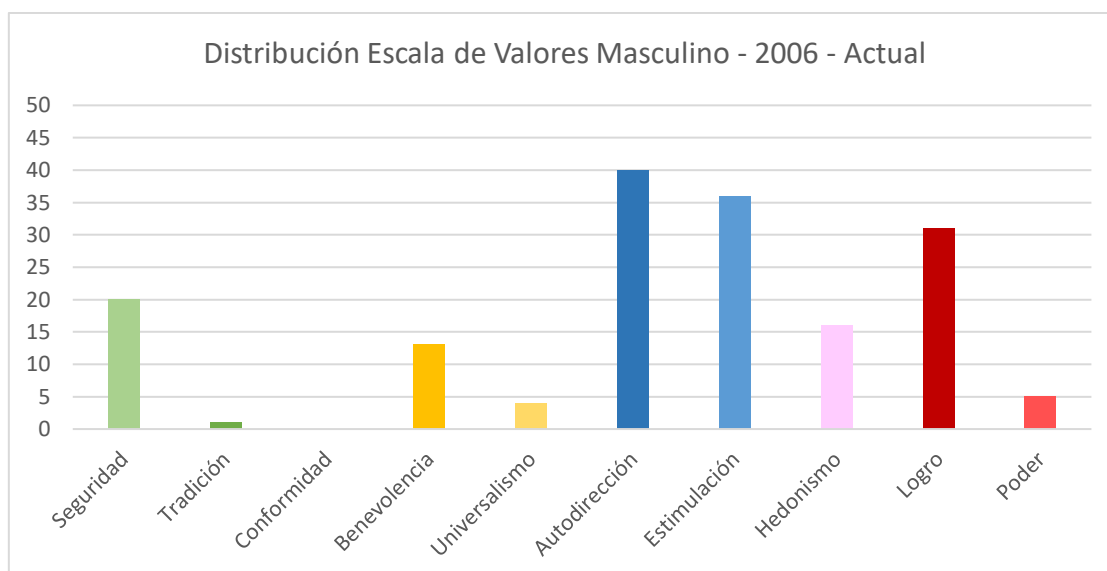
**Evidencia deseos-valores género femenino:** En esta época, se consolidan los deseos que se introdujeron a través de las canciones de los personajes de género femenino en la época anterior y, esta consolidación, a su vez, influye en unos cambios muy notables en los valores que expresan. Se siguen observando los deseos relacionados con el amor y el bienestar de otros, los cuales suelen reflejar valores de seguridad, logro y benevolencia, pero surgen cada vez más deseos asociados a la autodirección y la estimulación, como son el deseo de disfrutar de una mejor condición, de hacer cosas diferentes o de librarse de una carga. Como resultado, mientras bajan los valores de tradición, conformidad, universalismo, hedonismo y poder, se mantienen relativamente estables los valores de seguridad y benevolencia, aumenta la estimulación, y se disparan los valores de autodirección y logro. Para este periodo, entonces, predomina la autodirección, seguida por la seguridad y el logro y, después, la benevolencia. Cabe destacar que dos de las canciones de esta muestra se repiten, como ocurre a veces en estas películas musicales (el llamado “reprise”). Normalmente un reprise no se incluiría en el análisis, si tiene las mismas letras, el mismo significado o la misma intención que la original. Sin embargo, en estos casos, no es así. El primer caso surge cuando canta Rapunzel, en la 114B, la “Canción del encantamiento”, de *Enredados*. En realidad, se trata de las mismas letras que canta la villana Madre Gothel en la 114A, de *Enredados* y, de nuevo Rapunzel en la 119, de *Enredados*. Sin embargo, cada caso lleva intenciones y significados distintos y, por tanto, se ha considerado importante incluir cada caso distinto en el análisis. En la 114A, que se verá más adelante en la parte de los villanos, la Madre Gothel canta el encantamiento para mantenerse joven y bella para siempre, mostrando los valores de

logro, seguridad y hedonismo. En la 114B, lo canta Rapunzel para curar a su querida madre, mostrando los valores de benevolencia y seguridad y, en la 119, lo vuelve a cantar, para curar a su amado, mostrando de nuevo los valores de benevolencia y seguridad. El segundo ejemplo es todavía más llamativo. En el visionado del “Clásico” *Frozen: El reino del hielo*, se oyen dos versiones totalmente diferentes de una misma canción. Elsa canta la archiconocida canción, “¡Suéltalo!”, la 128 en este estudio, donde intenta convencerse de liberarse de una vez de la carga de tener que esconder su poder y esconderse a sí misma. Por lo menos, así se llama la versión castellana de la canción que se oye durante el transcurso del argumento y, que refleja los valores de la autodirección y el logro, incluso por encima de la seguridad y la benevolencia (que refleja su deseo de alejarse para proteger a su familia y su pueblo de dicho poder).

Sin embargo, mientras ruedan los créditos finales de la película, se oye una versión latinoamericana – y también archiconocida, gracias a la cantante de ésta, Martina Stoessel, protagonista de la exitosa telenovela adolescente “Violetta” de Disney Channel – de la misma canción, en este caso titulada “Libre soy”, la 131 en este estudio y, que refleja más la benevolencia que la autodirección, la seguridad y el universalismo. La diferencia entre las dos versiones reside en las diferentes letras: incluso en el mismo estribillo, “suéltalo” no es igual que “libre soy”, ni sintáctica ni semánticamente; la versión castellana refleja una situación todavía sin resolver, en la que la cantante emplea verbos en imperativo (2ª persona) para autoconvencerse de soltar a su pasado y al mismo origen de su sufrimiento; la versión latinoamericana es más una celebración de una situación ya resuelta, donde la cantante emplea más verbos copulativos y descriptivos. En definitiva, al ser dos canciones tan diferentes, reflejando diferencias tanto lingüísticas como de deseos y valores, ha resultado muy importante su análisis como tal.

#### 5.6.4.2 *Análisis de los deseos según la escala de valores en género masculino*

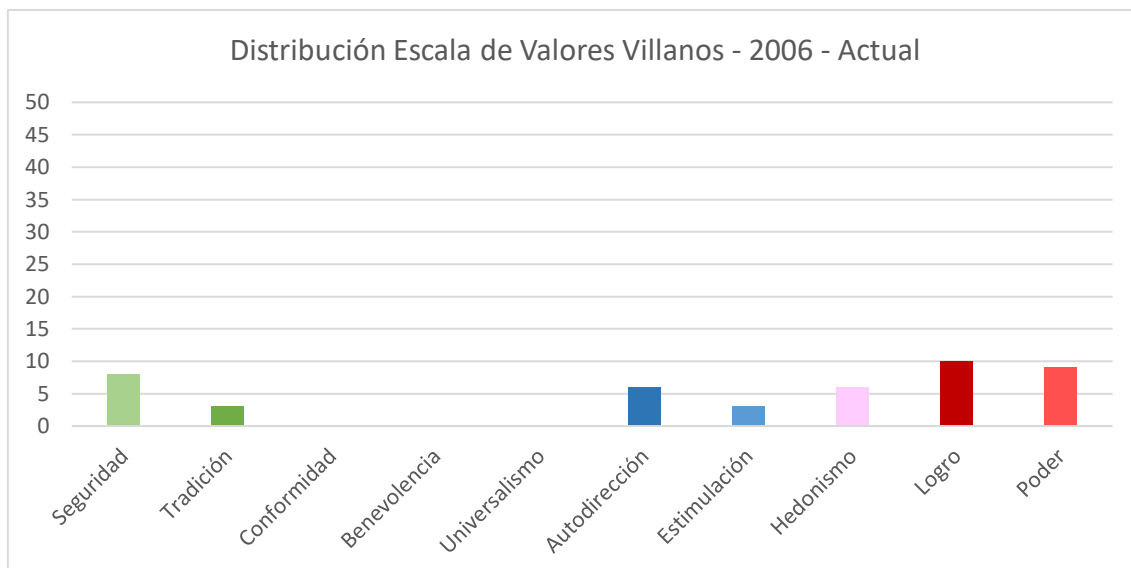
##### Gráfico 5.6.7



**Evidencia deseos-valores género masculino:** Al igual que en el caso de los personajes de género femenino, en esta época, se observan cambios relativos muy notables en la distribución de los valores expresados por los personajes de género masculino, desde la época anterior. Han caído sustancialmente los valores tradición, conformidad, benevolencia y universalismo, mientras han aumentado drásticamente la autodirección y la estimulación (los demás valores han seguido – más o menos – la distribución del periodo anterior, con variaciones relativas más suaves). Destaca el predominio de la autodirección y la estimulación, por delante del logro, a diferencia del periodo anterior, y parece que esto sigue la misma tendencia que en el caso femenino: una consolidación de los deseos que se empezaron a ver más en la quinta época y, que se asocian a la “Self-enhancement”, como ser como otros, disfrutar de una mejor condición, hacer cosas diferentes, disfrutar de hacer algo o disfrutar con otros, vivir en un mundo imaginario (esto de vuelta de la época de *Alicia en el país de las maravillas...*). También sigue habiendo casos de deseos relacionados con el amor y el bienestar de otros, como el caso de Ray, en la 113, de *Tiana y el sapo*, que canta para expresar su amor por la estrella, Evangeline, o el caso de Flynn, en la 120B, de *Enredados*, que desea consolidar el amor que siente por Rapunzel, pero son ya una minoría.

#### 5.6.4.3 Análisis de los deseos según la escala de valores en villanos

Gráfico 5.6.8

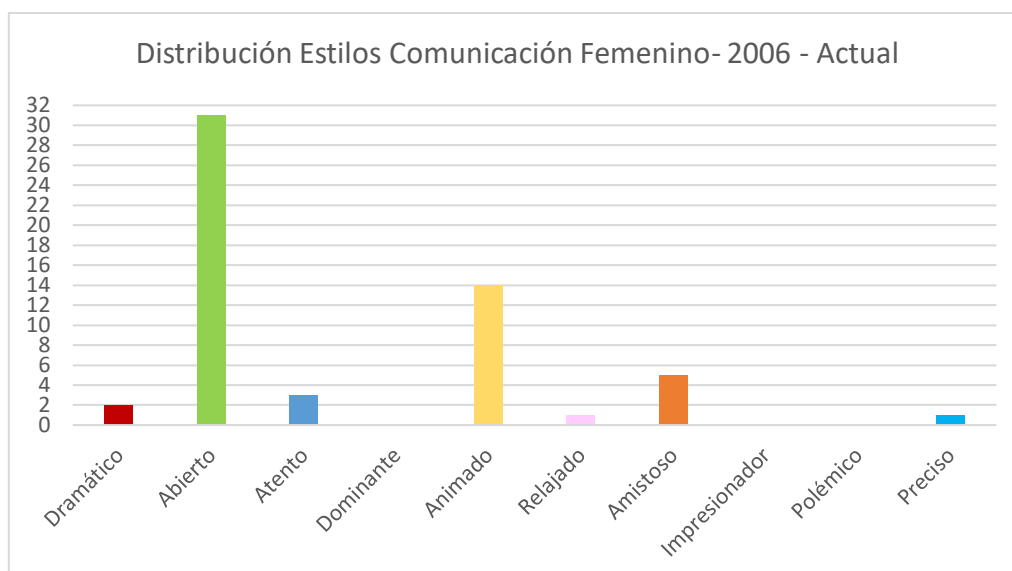


**Evidencia deseos-valores villanos:** Incluso con sólo tres casos de canciones cantadas por villanos en esta época, se refleja una distribución de los valores expresados que se parece a la de la época anterior. Siguen predominando los valores logro y poder, por delante de seguridad, autodirección y hedonismo, con variaciones relativamente pequeñas: el logro ha superado al poder como valor predominante, la estimulación, la tradición, la conformidad y la benevolencia han bajado un poco, mientras la seguridad ha aumentado ligeramente. En los tres casos, se observa el deseo de aprovecharse de otras personas, lo cual no se sale de los deseos habitualmente registrados entre los villanos. Sean de género femenino o masculino los villanos, se observa que, tanto los deseos que expresan como los valores que representan siguen unas pautas y distribuciones que varían poco de una época a otra.

## 5.6.5 Análisis del estilo de comunicación

### 5.6.5.1 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género femenino

#### Gráfico 5.6.9



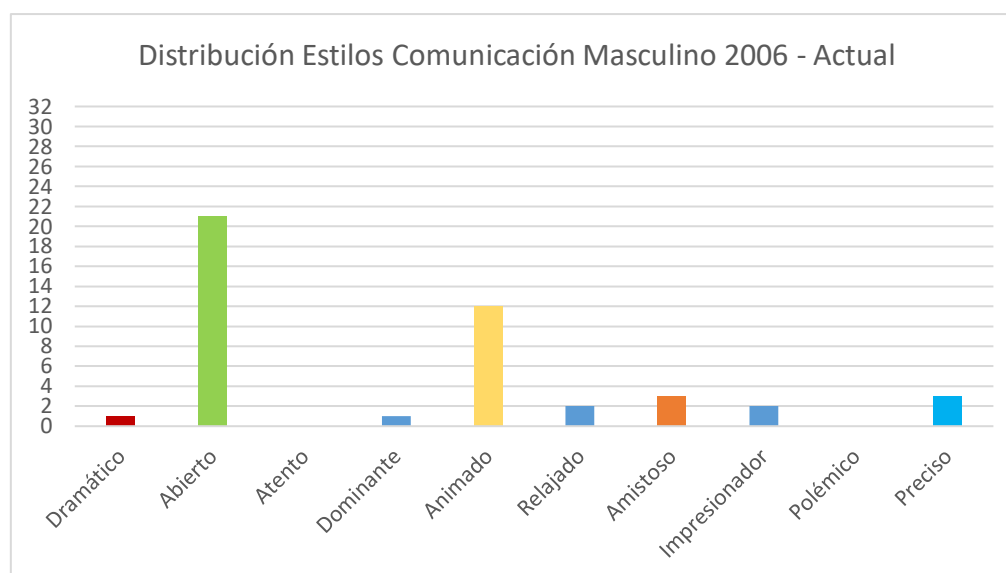
**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género femenino:** Predomina el estilo de comunicación abierto, seguido a mucha distancia por el animado, tras caídas notables en los demás estilos desde la última época. Es muy llamativo que hayan desaparecido del todo los estilos dominante, impresionador y polémico y, que los estilos dramático, atento, relajado y preciso se queden a niveles ínfimos. Por otra parte, la explicitación directa es la más utilizada, representando el doble del número de casos de explicitación indirecta. La explicitación disimulada/manipuladora no la ha empleado ninguno de los personajes (de tipo héroe/bueno o neutro) de género femenino de esta época.

**Evidencia nivel de acción visual:** Para el conjunto de toda la época, predomina un nivel de acción visual medio, casi activo. De hecho, la mitad de los casos se han clasificado de activos, incluyendo ejemplos como Tiana en la 111, de *Tiana y el sapo*, Rapunzel en la 115, de *Enredados*, o Elsa en la 128, de *Frozen: El reino del hielo*. En este primero ejemplo, se aprecia como Tiana limpia el almacén, canta y baila, expresando su ilusión; luego la escena se vuelve imaginaria, y se le ve a Tiana de dueña de un restaurante exitoso, donde se mueve animada y eficazmente entre fogones, camareros y comensales. En el segundo ejemplo, se observa como Rapunzel hace exactamente lo que canta, si limpiar, cocinar, leer, pintar, hornear, escalar... en una escena con mucha actividad física, donde la actividad sólo se ralentiza al final, cuando el personaje se apoya en el alféizar para asomarse por la ventana. El tercer ejemplo trata de cuando Elsa, por fin, puede alejarse de su vida encerrada en el castillo. Empieza a cantar mientras sube andando lentamente por la montaña; a medida que avanza la canción, literalmente va soltando sus ataduras (el guante, la capa, la tiara...); y el caminar se convierte en correr y bailar y, en lanzar

hechizos de hielo y nieve, a veces con los brazos en alto, con una actitud victoriosa y activa.

### 5.6.5.2 Análisis del estilo de comunicación y explicitación en género masculino

Gráfico 5.6.10



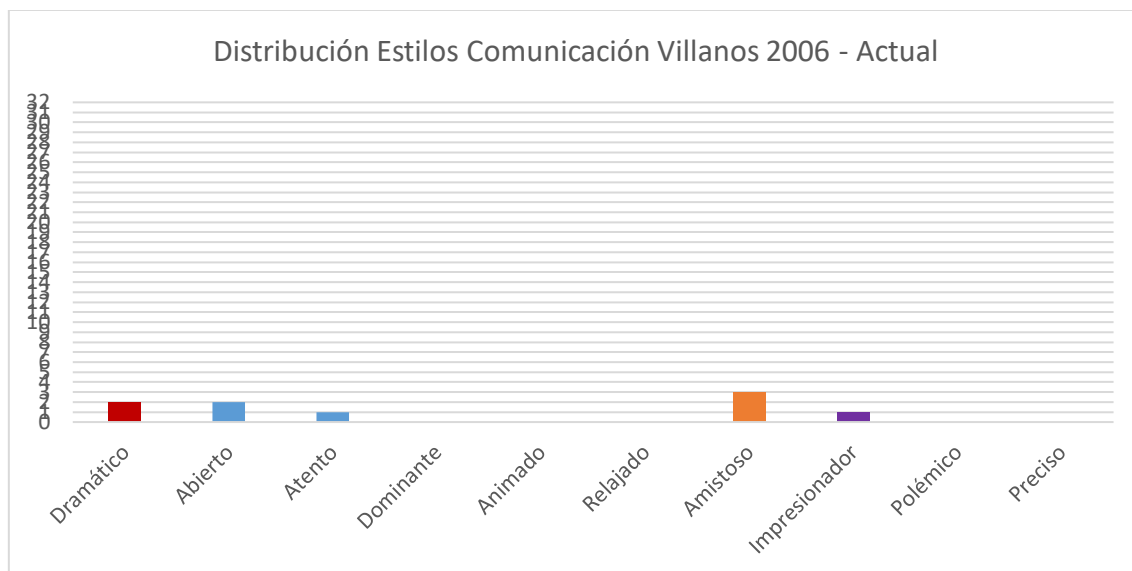
**Evidencia estilo de comunicación-explicitación género masculino:** En una situación muy parecida a la de los estilos de comunicación expresados por los personajes de género femenino, en este caso se observan caídas en numerosos estilos – en particular el atento, el animado y el amistoso – dejando a uno solo con un predominio claro: el estilo abierto, muy por delante del estilo animado y este último, muy por delante de los demás. De hecho, han desaparecido del todo los estilos atento y polémico. Respecto a la explicitación, predomina la directa, con muchísima diferencia, por delante de la indirecta (con sólo dos casos) y ante la ausencia de la disimulada/manipuladora.

**Evidencia nivel de acción visual:** Al igual que en el periodo anterior, entre todos los personajes cantantes de género masculino de este periodo como conjunto, se observa un nivel de acción visual activo, cubriendo casi todo el espectro, salvo el nivel muy pasivo. El setenta y cinco por cien de los personajes cantantes de esta muestra se ven activos o muy activos, reflejando un nivel de actividad visual todavía más activo que el observado entre los personajes femeninos. Uno de los casos más activos es el de Louis, el caimán, en la 112A, de *Tiana y el sapo*, cuando expresa su sueño, bailando muy enérgicamente por el pantano, saltando, agitándose los brazos, girándose sobre la cola y, hasta balanceándose por la rama de un árbol. En cambio, en el único caso pasivo de la época,

Flynn, en la 120B, de *Enredados*, canta sobre como Rapunzel le ha cambiado para mejor, manteniéndose sentado, muy quieto. Sólo se mueve suavemente para entregarle a Rapunzel un farolillo y para rechazar la bolsa que ella intenta darle.

### 5.6.5.3 *Análisis del estilo de comunicación y explicitación en villanos*

Gráfico 5.6.11



**Evidencia estilo de comunicación-explicitación villanos:** Con una muestra de villanos tan pequeña para esta época, puede resultar sesgado el resultado, pero no por esto lo vamos a obviar. Tras cambios muy marcados en los estilos de comunicación utilizados, en comparación con el periodo anterior, se aprecia que el estilo amistoso predomina, seguido por el dramático y el abierto. Han desaparecido los estilos dominante, animado, relajado, polémico y preciso, pero eso puede ser debido, en parte, a la escasa muestra. Se observa el uso del estilo amistoso por los dos villanos citados: Madre Gothel, en la 116, de *Enredados*, cuando intenta asustar a Rapunzel para que deje de desear salir de su torre, insistiendo en que la mantiene allí encerrada allí para protegerla, porque la quiere; el Príncipe Hans, en la 127B, de *Frozen: El reino del hielo*, cuando comparte con Anna una canción divertida y animada, con la intención de seducirla. En todo caso, el uso del estilo amistoso resulta adecuado y nada sorprendente, ya que estos villanos intentan engañar a sus interlocutores mediante expresiones falsas de amor. Y a diferencia de los personajes cantantes héroes/buenos y villanos, la explicitación más común es la disimulada/manipuladora, seguida por la indirecta.



**Evidencia nivel de acción visual:** A diferencia de los villanos del periodo anterior, durante este periodo, los villanos reflejan un nivel de acción visual medio, en conjunto. Varían desde el caso poco activo de Madre Gothel, en la 114A, de *Enredados*, cuando se arrodilla al lado de la flor mágica y se agacha para rodearla delicadamente con las manos, hasta el caso activo de Hans, en la 127B, de *Frozen: El reino del hielo*, cuando canta, baila, patina en calcetines y hasta escala por los tejados del castillo.

#### 5.6.6 Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico

Las principales conclusiones del “qué”: los valores y, el “cómo”: la forma en la que se expresan, en las canciones de los clásicos del periodo Disney analizado:

- El qué (los sueños y los valores que representan): en las canciones estudiadas de este periodo, de nuevo se observan cambios muy llamativos con respecto a las canciones del periodo anterior. Tanto para los personajes de género femenino como para los personajes de género masculino, se aprecia una consolidación de los deseos que se introdujeron con cierta fuerza durante el periodo anterior. Si en dicha época, se observó la incorporación de estos nuevos deseos, sin observar grandes diferencias en los valores que representaban, en esta época, sí que muestran cambios en esos valores. Para ambos géneros, sigue habiendo deseos relacionados con el amor y el bienestar de otros y, por esto sigue observándose niveles destacables de seguridad, logro y benevolencia. Sin embargo, con la incorporación de otros deseos – de mejores condiciones, de hacer cosas distintas o de desembarazarse de cargas – más asociados a la *self-enhancement*, en esta época, predomina por primera vez el valor de la autodirección entre los personajes de género femenino. En el caso de los personajes de género masculino, destaca un aumento muy notable de los valores de autodirección y estimulación para predominar, situación también desconocida desde la primera época estudiada, que acababa en el año 1945. Respecto a los villanos, a pesar del hecho de trabajar con una muestra muy pequeña, para esta época tampoco varían notablemente ni los deseos expresados ni los valores que representan, desde el periodo anterior. Con estos personajes, siguen predominando los valores de logro, poder y seguridad, en ese orden.
- El cómo (los estilos de comunicación y los niveles de actividad/pasividad verbal y visual): Durante esta época, predomina el uso de la 1ª persona, seguida por la 3ª persona, por parte de los personajes de género femenino, aunque con niveles de acción verbal diferentes: un nivel medio para la 1ª y un nivel pasivo o muy pasivo en la 3ª. Las formas poco usadas

llevan un nivel de acción verbal medio, la 2ª persona gracias al uso de verbos en imperativo y las formas no personales por la distribución en general. Entre los personajes de género masculino, resulta muy llamativo el punto hasta el cual se han distribuido los tipos de verbos dentro de cada una de las formas de 1ª y 2ª persona, de tal manera que no se puede identificar ningún predominio. En el uso de la 3ª persona, predominan los verbos copulativos, con mucha diferencia, mientras que vuelve una distribución más abierta en el uso de las formas no personales. Cabe destacar que, en todas las formas usadas por los personajes de género masculino, se observa un nivel de acción verbal poco activo o casi medio. Los villanos muestran una distribución irregular, con un uso medio de la 1ª persona y poco uso de las formas no personales, junto con un nivel de acción medio, mientras las dos formas más utilizadas, la 2ª y 3ª persona, se emplean con actitudes activa y poco activa, respectivamente. Respecto al uso del tiempo, al igual que en el periodo anterior, predomina el uso de presente en 1ª y 3ª persona entre los personajes femeninos y en 3ª y 1ª persona entre los personajes de género masculino, tras un aumento en el uso del pasado (1ª y 3ª persona) y el futuro (1ª persona) entre dichos personajes de género femenino. En cuanto al nivel de acción visual, entre los personajes femeninos, destaca un nivel medio o casi activo y, entre los de género masculino, destaca un nivel más activo. Curiosamente, el estilo de comunicación que emplean los personajes de ambos géneros es el abierto y, esto va acompañado por una explicitación directa. Entre los villanos, junto a un nivel de acción visual medio, emplean más el estilo de comunicación amistoso, cosa que difiere de otras épocas, pero esto, acompañado por una explicitación disimulada/manipuladora, por delante de la indirecta, explica la razón de por qué: porque se dedican a engañar a sus interlocutores, con el fin de aprovecharse de ellos de alguna manera, mediante mensajes de un amor ficticio, lo cual requiere un estilo de comunicación amistoso, por una parte, y una explicitación manipuladora, por otra.

El contexto histórico de la sociedad española durante esta última época va llevándonos por caminos antes desconocidos, en parte gracias a la influencia de las nuevas tecnologías. Somos muchísimo más conscientes de todo cuánto puede ocurrir en nuestro mundo, en todas las áreas, y de forma prácticamente inmediata, debido a nuestro acceso a Internet, las redes sociales, etc. La facilidad con la que podemos investigar lo que nos plazca es abrumadora, y nos acerca a un volumen de información de nunca acabar. En cuestión de unos pocos segundos, podemos acceder al BOE, para leer la “Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres” (vigente hasta el 01 de enero de 2017), y que protege la paternidad (a diferencia de la maternidad) como nueva

situación, entre otras muchas cosas. La incorporación de medidas también a favor de los varones refleja un paso que podríamos considerar ya mucho más avanzado en estos temas, ya que los hombres también se pueden ver perjudicados por los estereotipos y la discriminación por género. Y es que, aunque a nivel oficial y legislativo, ya existen muchísimas medidas para combatir las desigualdades legales y sociales de género, siguen existiendo actitudes y valores que dificultan su puesta en práctica. El hecho de que las niñas pierdan interés a muy corta edad por las materias de *STEM* (las siglas de las ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas, en inglés), habiendo interiorizado ya que no van con ellas, es indicativo de un problema. También lo es el hecho de que la ropa que se nos ofrece está fuertemente diferenciada por género, sea de forma, de color o de tamaño. La existencia continuada de la brecha salarial por género, y más drásticamente en algunos sectores (como el deporte profesional) refleja otro aspecto del problema, y la necesidad de una Delegación de Gobierno para la Violencia de Género es de lo más tristemente visible de dicho problema. Se habla de la crisis española de 2008-2016, la cual va más allá de lo económico, sino que también toca aspectos sociales, institucionales y políticos. Existe un nivel elevado de preocupación debido a la corrupción política, las tasas de desempleo llegando por encima del 25%, la desconfianza en las leyes educativas cambiantes, el desengaño por los recortes económicos públicos, la desconfianza en la privatización de la sanidad, el temor por la pérdida de las pensiones por culpa – a largo plazo – de las bajas tasas de natalidad (provocadas en parte por la falta de medidas para la conciliación laboral-familiar), los desahucios, la inestabilidad política tras las Elecciones Generales inconcluyentes de 2016... De cara al género, perviven las desigualdades en muchas áreas de las que nombraron en el Plan de Igualdad de Oportunidades citado arriba, muchas veces apoyadas por los medios de comunicación en las que la población se encuentra inmersa.

Respecto a Disney, el estudio siguió sacando producciones menos exitosas: *Salvaje*, *Descubriendo a los Robinsons*, *Bolt*... hasta el año 2009. Con el estreno de *Tiana y el Sapo*, se comenzó lo que se ha llamado el “Disney Revival”, marcado por la vuelta a la animación tradicional y, la vuelta a modelos de grandes éxitos. Aunque no todos estos “Clásicos” son musicales, por lo general han sido nominados a distintos premios, si no por la música, entonces por la animación. Además, han hecho récords de recaudación inimaginables: Tras *Tiana y el Sapo* (que recaudó más de \$267 millones) y *Enredados* (que ganó más de \$590 millones), *Winnie the Pooh* y *¡Rompe Ralph!*, se estrenó *Frozen*:

*el reino del hielo* en el año 2013. Esta última fue la primera película de Walt Disney Animation Studios en recaudar más de \$1.000 millones, además de ganar premios Oscar por mejor película animada y por mejor canción original (por “Let it Go”).<sup>16</sup> *Big Hero 6* y *Zootrópolis* han seguido con grandes éxitos, también, con recaudaciones de \$658 millones y más de \$1.000 millones, respectivamente.<sup>17</sup> Está por ver hasta cuando seguirá este periodo de “revival”. Resulta muy interesante indagar en los “Clásicos” de Disney de esta época, porque aquí estamos observando otros cambios marcados en los personajes masculinos y femeninos, de cara al problema de la desigualdad de género. Como hemos dicho antes, por primera vez, predomina el valor de la autodirección entre los personajes femeninos, mientras entre los personajes masculinos predominan los valores de la autodirección y la estimulación. En otras épocas habíamos visto personajes femeninos con una fuerte ética de trabajo (como Blancanieves o la Cenicienta), pero nunca con el sueño de ser jefa de su propio restaurante, como en el caso de Tiana, de *Tiana y el sapo*. Tampoco habíamos visto que las muestras de “amor verdadero” pudieran proceder del amor fraternal, como en el caso de Anna y Elsa de *Frozen: el reino del hielo*, y desde luego que no nos imaginábamos a dos personajes (de ambos sexos) sacrificándose mutuamente por amor (Rapunzel y Flynn, de *Enredados*). Y según tenemos entendido, la protagonista nueva del recién estrenado *Vaiana* es una joven que afrontará cualquier peligro o miedo por salvar a su pueblo. En este periodo estamos presenciando personajes que muestran valores que aparentemente reflejan los que deseáramos ver en nuestra sociedad, y en este sentido, parece que vuelven a encajar hasta cierto punto. Por otra parte, el hecho de que tantos personajes femeninos – que inicialmente no han mostrado ningún interés por el amor romántico – acaben con pareja masculina al final de la película, indica que, al igual que en España, sigue existiendo cierto sesgo tradicional y patriarcal, muy difícil de desechar.

---

<sup>16</sup> Las cifras proceden de las búsquedas de cada largometraje en [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com), 2017.

<sup>17</sup> *Ibid.*

## 6 Análisis entre épocas

### 6.1 Listado de deseos expresados en las canciones

A continuación, se muestran los deseos expresados en las canciones, un total de 40, que hemos agrupado por el valor más representativo en cada caso. Asimismo, se muestra el patrón medio de valores calculado para cada deseo en el orden siguiente, de izquierda a derecha: seguridad, tradición, conformidad, benevolencia, universalismo, autodirección, estimulación, hedonismo, logro y poder.

Figura 5. Patrón de valores y deseos

Nº	Valor	%	Deseo	Patrón medio
1	Seguridad	28%	Cariño familiar	
2	Seguridad	28%	Sobrevivir	
3	Seguridad	27%	Protección de otros	
4	Seguridad	21%	Consolidar el Amor	
5	Tradición	21%	Mantener una tradición	
6	Conformidad	21%	Mostrar conformidad	
7	Conformidad	15%	Reafirmarse en su modo de vida	
8	Benevolencia	25%	Reconocimiento a otros	
9	Benevolencia	22%	Corresponder a otros	
10	Benevolencia	21%	Ayudar a otros	
11	Benevolencia	21%	Proteger a otros	
12	Benevolencia	20%	Bienestar de allegados	
13	Universalismo	23%	Algo mejor para todos	
14	Autodirección	29%	Ganarse la vida	
15	Autodirección	24%	Liberarse de una carga	
16	Autodirección	22%	Elegir su amor	
17	Autodirección	20%	Hacer cosas diferentes	
18	Autodirección	18%	Disfrutar de la vida	
19	Estimulación	27%	Pasarlo bien	
20	Estimulación	26%	Tener ilusión	
21	Estimulación	25%	Disfrutar de hacer algo	
22	Estimulación	23%	Estimular a otros	
23	Estimulación	21%	Vivir en un mundo imaginario	
24	Estimulación	20%	Disfrutar con allegados	
25	Estimulación	17%	Disfrutar de su estatus	
26	Hedonismo	19%	Disfrutar de su amado/a	
27	Logro	25%	Dar ejemplo	
28	Logro	23%	Ser Correspondido en Amor	
29	Logro	21%	Ser como otros	
30	Logro	21%	Agradar a otros	
31	Logro	19%	Aliarse con otros	
32	Logro	17%	Que Aparezca el Amor	
33	Logro	17%	Disfrutar de una mejor condición	
34	Logro	7%	Reconocimiento propio	
35	Poder	21%	Causar maldad	
36	Poder	20%	Aprovecharse de otros	
37	Poder	19%	Castigar a otros	
38	Poder	17%	Codiciar algo o alguien	
39	Poder	17%	Impresionar a otros	
40	Poder	16%	Ayudar interesadamente	

La barra roja muestra el valor que muestra un mayor peso sobre la media. Es decir, el porcentaje presentado refleja el peso medio que representa ese valor, de entre todos los valores adscritos al deseo en cuestión, para todas las instancias de dicho deseo a lo largo

de los años estudiados.<sup>18</sup> Por ejemplo, para el deseo al que hemos puesto el número 4, consolidar el amor, el valor que más peso lleva es el valor de la seguridad, indicado con la barra roja.<sup>19</sup> Sin embargo, observando el patrón medio, no hay que ignorar que la penúltima barra (segunda de la derecha), que corresponde al logro, también lleva bastante peso para este deseo en concreto.

Y es que un deseo no representa un solo valor, sino una combinación de varios valores, representados en distinta medida. Los deseos relacionados con el valor de la conformidad, por ejemplo, habitualmente llevan también seguridad, dentro del mismo grupo de “Conservation”. Los deseos relacionados con el valor de la estimulación suelen llevar también autodirección, dentro del mismo grupo de “Openness-to-Change”. En cambio, los deseos asociados al amor suelen representar tanto la seguridad como el logro (que se encuentran en dos agrupaciones distintas: “Self-Enhancement” y “Conservation”), como los valores principales. La medida de cada valor representado puede ser mayor o menor, según el caso específico y, no suelen limitarse a dos los valores representados por un solo deseo, sino que puede haber varios. En esta tabla, se observa que la barra roja no siempre se encuentra en el lugar que aparentemente debería corresponderle, por una reclasificación que residen en el hecho de que el valor principal identificado no tiene por qué ser el valor que más peso lleva de media, porque pueden salir otros valores con mucho peso de forma habitual. También puede haber dos barras rojas, en casos en donde dos valores llevan el mismo peso elevado dentro de la media y, se ha colocado el deseo dentro del grupo del valor que hemos opinado queda mejor reflejado.

Cabe destacar que, en esta tabla, no se diferencia entre los personajes héroes/buenos y neutros, por una parte, y los villanos, por otra. Esto se debe a que puede existir cierto solapamiento entre ellos con respecto a los deseos que expresan y los valores que éstos representan. Con mucha diferencia, el valor que más peso lleva en los deseos de los villanos es el poder, con deseos como causar maldad, aprovecharse de otros, castigar a otros... Sin embargo, entre los villanos, también se observan casos aislados de deseos que reflejan la benevolencia (proteger a otros) o la conformidad (reafirmarse en su modo de vida). Esto lo vemos, por ejemplo, en el caso de la canción 19B, “El elegante Capitán

---

<sup>18</sup> Cabe destacar que se han incluido, no solamente el valor principal identificado para cada personaje cantante de cada canción, sino todos los valores identificados, con el peso relativo atribuido a cada nivel de importancia del valor en esa instancia (explicado en la metodología).

<sup>19</sup> Los números aquí no implican nada más que una forma de ordenar los deseos y poder contabilizarlos de una manera más normalizada.

Garfio”, de *Peter Pan*, cuando Smee expresa benevolencia en su preocupación por el peligro que corre su jefe, o en el caso de la 19C, es decir, la misma canción en la misma película, cuando el coro de piratas expresa conformidad al intentar reclutar a los niños como nuevos tripulantes del barco del Capitán Garfio. Por otra parte, entre los héroes/buenos y neutros, se aprecian otros casos aislados de deseos que reflejan valores que más se atribuiría a los villanos, como el hedonismo (disfrutar de su amado/a) o el poder (codiciar a algo o alguien, impresionar a otros). El hedonismo se observa en el caso de Pinocho, por ejemplo, en la 4B, “Hey-dili-di-di”, de *Pinocho*, cuando se anima a hacerse actor, con el fin de gozar de la vida fácil que le presenta el Honrado Juan. También se ve en el caso de la 13, “En mi mundo”, de *Alicia en el país de las maravillas*, en donde Alicia sueña despierta con la vida en su mundo imaginario. El poder se aprecia, por ejemplo, en la 24, “Copas”, de *La bella durmiente*, cuando los Reyes Estéfano y Huberto planifican la unión de sus hijos, con el fin de fortalecer sus respectivos reinos, o la 43B, “Todos quieren ser ya gatos Jazz”, de *Los aristogatos*, cuando Duquesa canta blues, aparentemente para comprobar su capacidad de seducción. O la 76A, “Voy a ser el rey león”, de *El rey león*, cuando Simba expresa su deseo de ocupar el trono y ejercer el poder inigualable – y sin preocupaciones – que se imagina que le corresponde.

Recordamos que, para realizar la lista de deseos, se ha agrupado los deseos específicos expresados por los personajes cantantes en deseos más generales, para que la muestra quede más manejable y normalizada. Para ver los deseos específicos, éstos se presentan en las fichas individuales de los personajes cantantes en el anexo, junto con los demás datos específicos correspondientes. También en el anexo, listamos dichos deseos expresados a lo largo de los periodos de estudio en las canciones con género femenino, masculino y villanos (217), una vez descartados las de género mixto (24). Dichos deseos aparecen agrupados según el valor más representativo, esta vez con los números absolutos de los casos identificados.

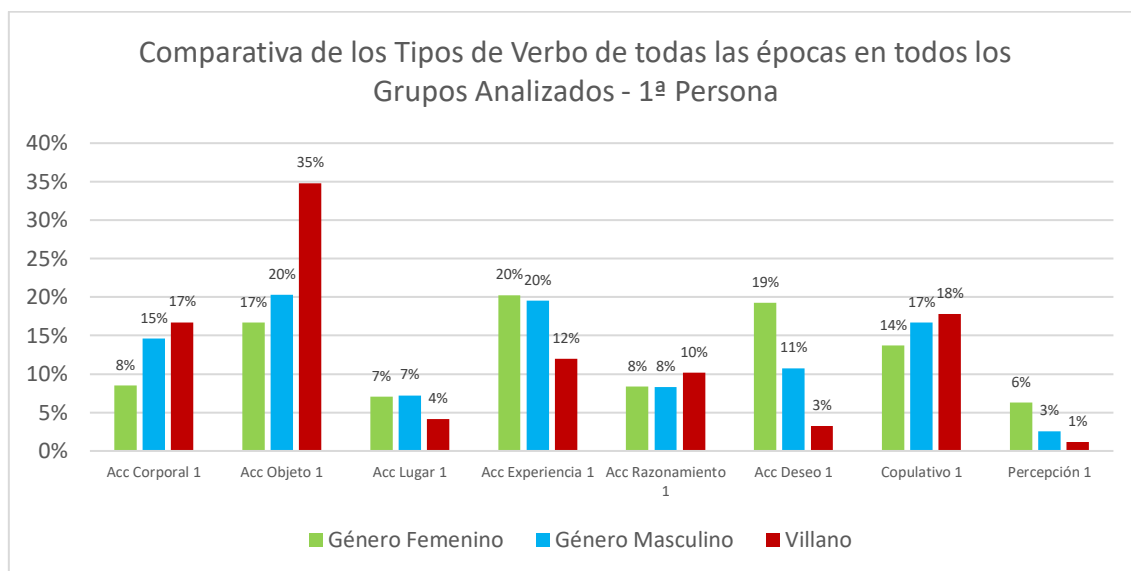
## 6.2 Resultados medios en tipos de verbos, nivel de actividad/pasividad visual, escala de valores y estilo de comunicación en todas las épocas

Aquí se presentan las tendencias medias, de los tipos de verbo por actividad/pasividad, de los valores y de los estilos de comunicación utilizados, desde el estreno de *Blancanieves y los siete enanitos* en EE. UU. en 1937 hasta el último “Clásico” de Disney, *Zootrópolis*, estrenado en España en el año 2016. En el siguiente subcapítulo, se examinará la evolución de estas tendencias a lo largo de estos (casi) 80 años.



### 6.2.1 Tipos de verbo actividad/pasividad analizados

Gráfico 6.1



Para la comparativa verbal general, hemos decidido mirar solamente el uso de la 1ª persona, ya que esta forma es la más estrechamente ligada al personaje cantante y a su actitud ante los deseos que expresa mediante el canto.

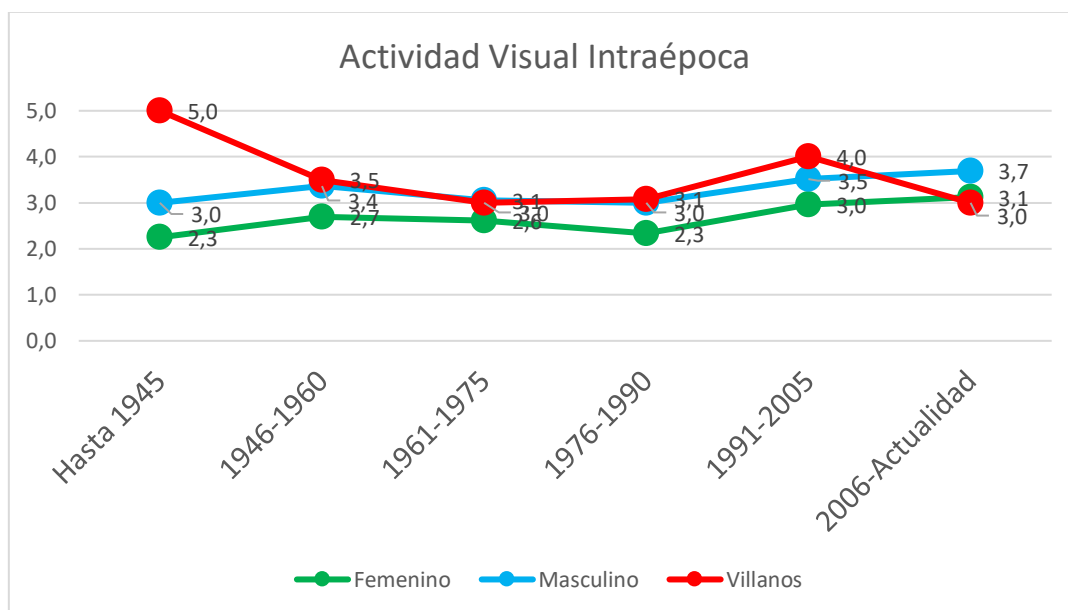
Se observa que el conjunto de género femenino a lo largo de los años emplea más los verbos de experiencia y deseo, con niveles prácticamente iguales – de 20% y 19% - seguidos por los verbos de objeto y copulativos, mientras los demás tipos se distribuyen de manera bastante igualitaria. Esto muestra un nivel de actividad verbal poco activo en general, aunque visto así, se pierden muchos matices de la evolución del uso verbal, por lo que se indagarán en más detalle a continuación.

Entre los personajes de género masculino, se aprecia un nivel de actividad verbal ligeramente más activo que en el caso del género femenino, considerado medio, dado que los tipos de verbos más utilizados son los verbos de objeto (20%) y de experiencia (19%), seguidos por los verbos copulativos y corporales.

Destaca, entonces, el nivel de actividad verbal de los villanos, que resulta activo, casi muy activo, lo cual se debe a que más del 50% de los verbos utilizados son de los verbos más activos: de objeto (35%) y corporales (17%), aunque los verbos copulativos también se utilizan mucho (18%). Esto se explicará más detenidamente en la sección dedicada a los estilos de comunicación, muy unidos a los tipos de verbos empleados.

## 6.2.2 “Nivel de Actividad/Pasividad Visual” medio en los Grupos Analizados

Gráfico 6.2

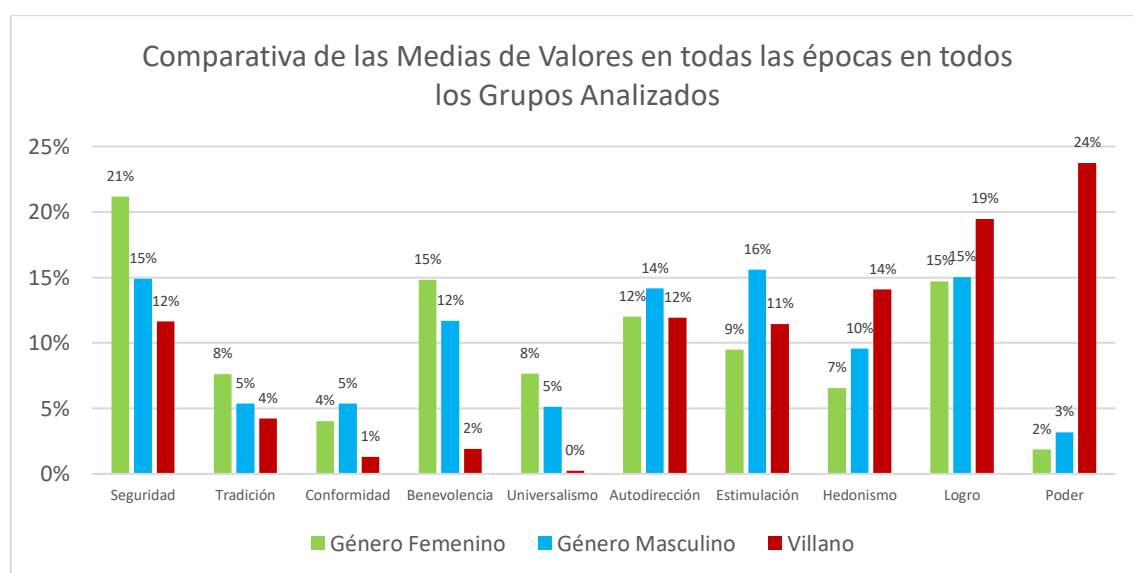


Aunque no se ha hecho en los capítulos dedicados a las épocas individuales, hemos pensado que, para el análisis entre épocas, sería interesante presentar un gráfico reflejando el nivel de actividad/pasividad visual observado, por género. Aquí hemos asignado una puntuación sencilla para cada nivel de actividad visual, con la siguiente escala del 0 al 5: 0 = muy pasivo, 1 = pasivo, 2 = poco activo, 3 = medio, 4 = activo y 5 = muy activo. Para cada época, entonces, se ha calculado la media del nivel de actividad visual, y dicha media es la que se presenta en el gráfico. Resulta muy llamativo que, aunque los personajes masculinos muestran un nivel de actividad ligeramente mayor (con la media siempre entre el nivel medio y el nivel activo), que el nivel de los personajes femeninos (con la media entre el nivel poco activo y el nivel medio, hasta la última época, cuando supera el nivel medio por una décima), a lo largo de todas las épocas, la evolución de la actividad visual de ambos géneros ha sido prácticamente igual, moviéndose en paralelo. Los puntos más bajos – o más pasivos – han sido en la primera época y en la cuarta, mientras que, tras dicha cuarta época, ambos géneros presentan un aumento marcado en el nivel de actividad visual, llegando a punto más alto en la sexta época han sido los villanos (juntando ambos géneros, al igual que en el resto del estudio) los que han experimentado más cambios. Por lo general, y sobretodo en la primera época, los villanos se expresan de manera más visualmente activa que los personajes buenos/héroes/neutros masculinos y femeninos. Sin

embargo, se observa que el nivel de actividad visual baja muy ligeramente por debajo del de los personajes masculinos en la tercera época, y cae drásticamente, incluso por debajo del nivel de los personajes femeninos, en la sexta. No nos olvidemos, claro está, del hecho de que la muestra de villanos que cantan es bastante más pequeña que la muestra de personajes buenos que cantan, y que la muestra de la primera y la última época es especialmente escasa, por lo que los extremos que se observan en dichas épocas podrían atribuirse a esto.

### 6.2.3 “Escala de Valores” media en los Grupos Analizados

Gráfico 6.3



En este gráfico, se presentan las medias de los valores a lo largo de todas las épocas analizadas, para los tres grupos: género femenino, género masculino y villano. Se trata de una foto media y no refleja la evolución de dichos valores, que veremos más adelante.

Entre los personajes cantantes de género femenino, se observa un claro predominio del valor de la seguridad (21%), por delante de la benevolencia y el logro (15% cada uno). Llama la atención que la autodirección le sigue por poco (12%), pero al igual que en el caso del análisis verbal, habrá que ver los matices en la evolución a lo largo de los años, porque esta distribución no siempre ha sido así.

En el caso de los personajes de género masculino, resulta interesante que los cuatro valores más reflejados llevan un peso bastante parecido: la estimulación (16%), la

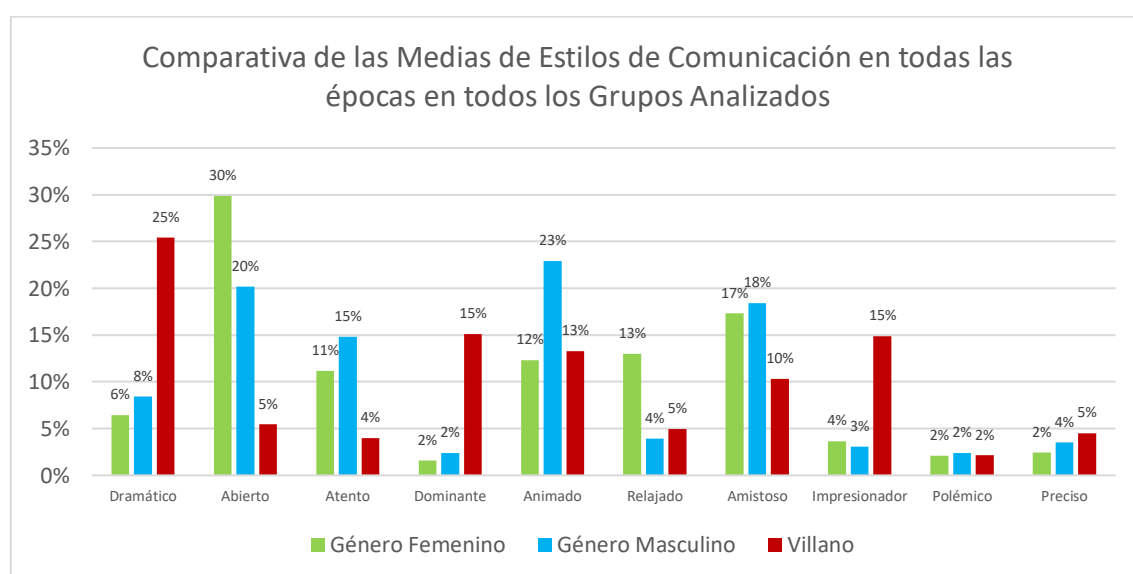
seguridad y el logro (15%) y la autodirección (14%). Esto también ha experimentado cambios con el paso de los años.

De hecho, el único caso que ha variado poco con el paso del tiempo ha sido el de los villanos, que muestra un predominio de los valores de poder (24%) y logro (19%) por delante de los demás valores.

En todo caso, será de mucho interés ver cómo han evolucionado los valores expresados por los personajes cantantes, tanto por las diferencias como por las similitudes entre ellos, a lo largo de estos (casi) 80 años. Puede resultar especialmente interesante el hecho de que los mismos deseos – como en el caso del amor, que se observa en cada época estudiada – lleguen a representar valores distintos a medida que pasan los años y cambia la sociedad.

#### 6.2.4 Estilos de Comunicación medios en los Grupos Analizados

Gráfico 6.4



En el cuadro comparativo de las medias de los estilos de comunicación, cabe destacar que cada grupo – género femenino, género masculino y villano – muestra un claro dominio de un estilo concreto, y diferente a los otros.

Entre los personajes de género femenino, destaca el estilo abierto (30%), entre los de género masculino, predomina el estilo animado (23%) y, entre los villanos, se trata del estilo dramático (25%). Pero al igual que los demás aspectos estudiados, las medias pierden

todos los matices de la evolución temporal, por lo que se verá un poco más adelante de qué manera han cambiado.

### 6.3 Evolución de actividad/pasividad según los tipos de verbos

Para ver la evolución de actividad/pasividad según los tipos de verbos empleados en la 1ª persona, a lo largo del tiempo, empezamos por presentar los casos de género femenino y masculino.

Primero, se presenta la evolución para los dos géneros, agrupando los tipos de verbo de la siguiente manera:

- Acción física: verbos corporales, verbos de objeto y verbos de lugar
- Acción experiencia: verbos de experiencia
- Acción mental: verbos de razonamiento y verbos de deseo
- Descriptivos: verbos copulativos y verbos de percepción

Luego, se presentan los análisis por cada tipo específico de verbo comparando entre femenino y masculino en cada época. Después, se presenta un análisis similar para el caso de los villanos.

#### 6.3.1 Evolución temporal Femenino/Masculino actividad/pasividad verbal (1ª Persona)

Gráfico 6.5.1

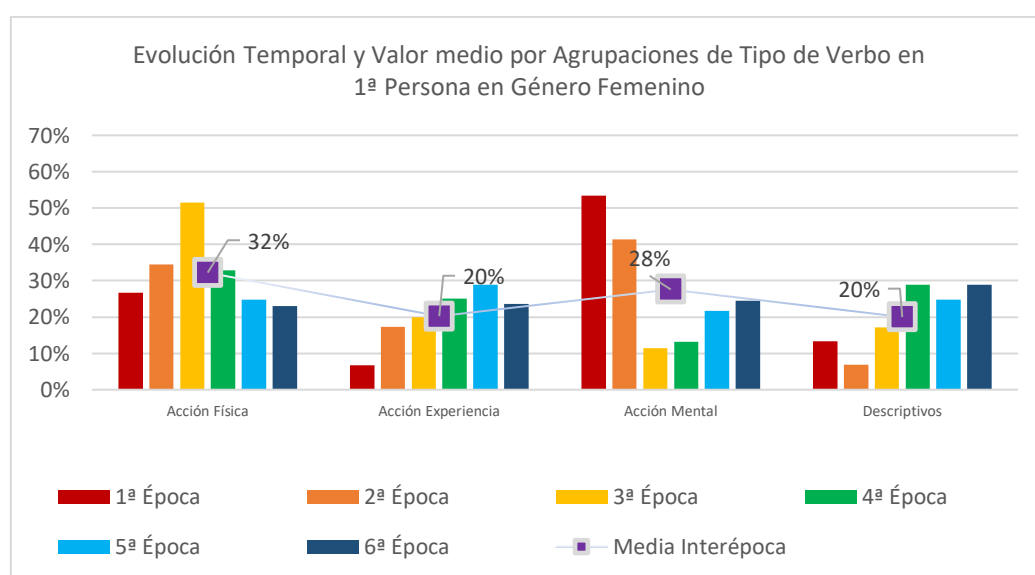
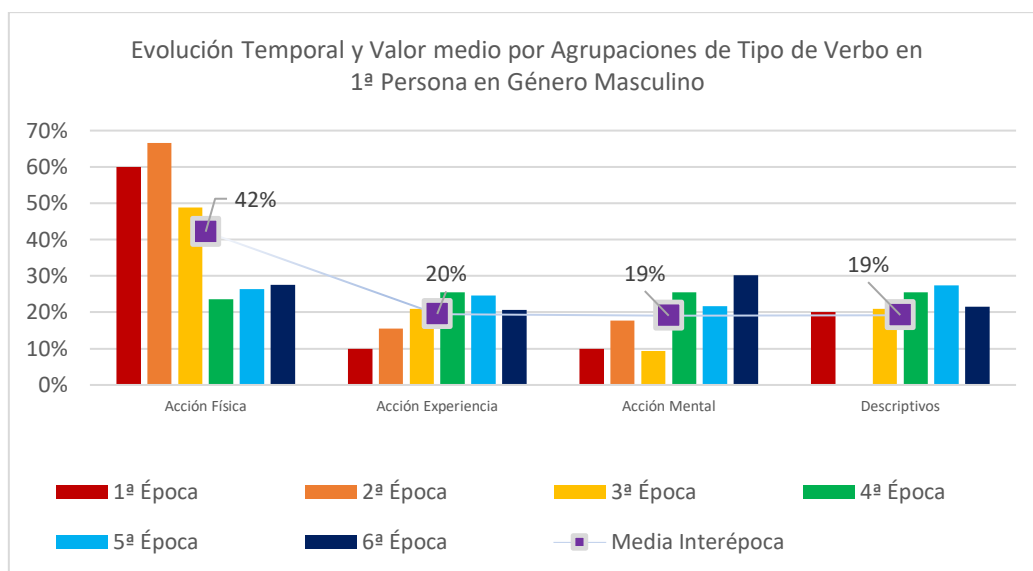


Gráfico 6.5.2



Estos dos gráficos muestran tendencias muy diferentes – entre los dos géneros – en el uso de los verbos de distintos tipos y niveles de actividad/pasividad con el paso del tiempo. De hecho, sólo en el caso de los verbos de experiencia, los más abstractos, se observa tanto un peso medio parecido (del 20% entre los personajes femeninos y del 19% entre los personajes masculinos), como una evolución parecida: entre los personajes femeninos, se aprecia un aumento progresivo en el uso de dichos verbos hasta la quinta época, a partir de la cual hay una caída. En el caso de los personajes de género masculino, también se aprecia un aumento progresivo en el uso de los verbos de experiencia, aunque es en la cuarta época donde llega a un máximo, para empezar una caída progresiva a partir de entonces. Las demás agrupaciones muestran distribuciones y evoluciones muy diferentes entre los géneros.

Para los personajes de género femenino, por ejemplo, se observa un predominio medio de los verbos de acción física (32%) sobre el segundo, los verbos de acción mental (28%), mientras los verbos de experiencia y los verbos descriptivos llevan el mismo peso (20% cada uno). Entre los personajes de género masculino, los verbos de acción física (43%) llevan un peso muy por encima de los demás: los verbos de acción mental llevan un 21%, mientras los verbos de acción experiencia y descriptivos llevan un 19%.

Dentro de la agrupación de verbos de acción física, los personajes de género femenino muestran un aumento en el uso hasta la 3ª época, a partir de la cual, se observa una caída progresiva hasta por debajo del nivel original; en cambio, entre los personajes de género

masculino, pasa lo contrario: empezando con un nivel muy alto y un despunte en la segunda época, se observa una caída notable hasta la cuarta época y luego una recuperación muy ligera. En el caso de los verbos de acción mental, ocurre algo muy parecido en el sentido de tendencias contrarias entre los géneros. Los personajes femeninos empiezan con un nivel muy elevado en el uso de estos verbos, para sufrir una caída notable hasta la tercera época y luego un aumento progresivo. Los personajes masculinos empiezan con un nivel bajo, seguido por un aumento en la 2ª época y otra caída en la 3ª; a partir de ahí, sufre un aumento muy destacado hasta llegar a un máximo en la sexta época. Sin embargo, aunque estas agrupaciones proporcionan mucha información a nivel global, falta un nivel de detalle que opinamos será de mucha importancia de cara a las conclusiones que podamos sacar.

#### 6.3.1.1 *Evolución comparativa Femenino/Masculino por tipo de verbo de acción física (1ª Persona):*

Gráfico 6.6

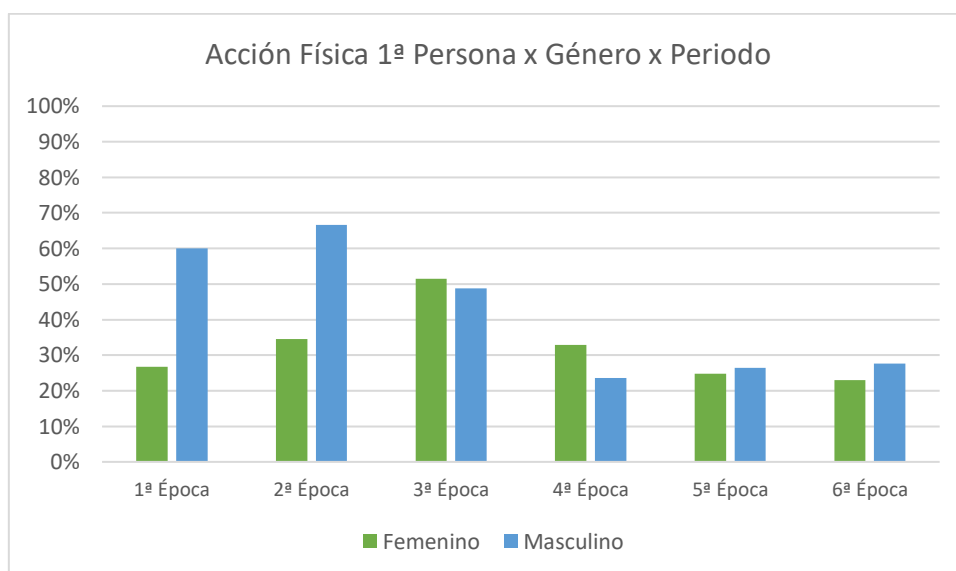


Gráfico 6.6.1

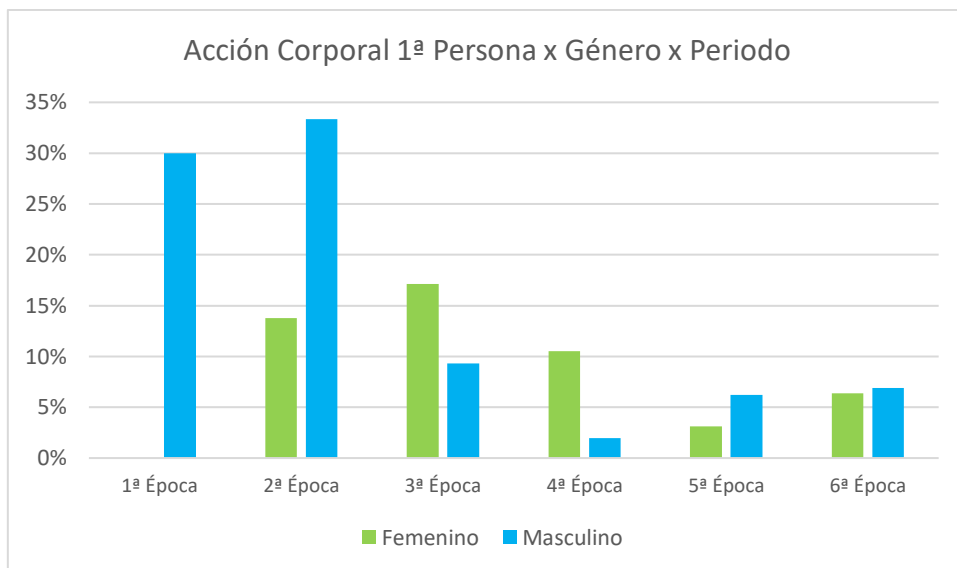


Gráfico 6.6.2

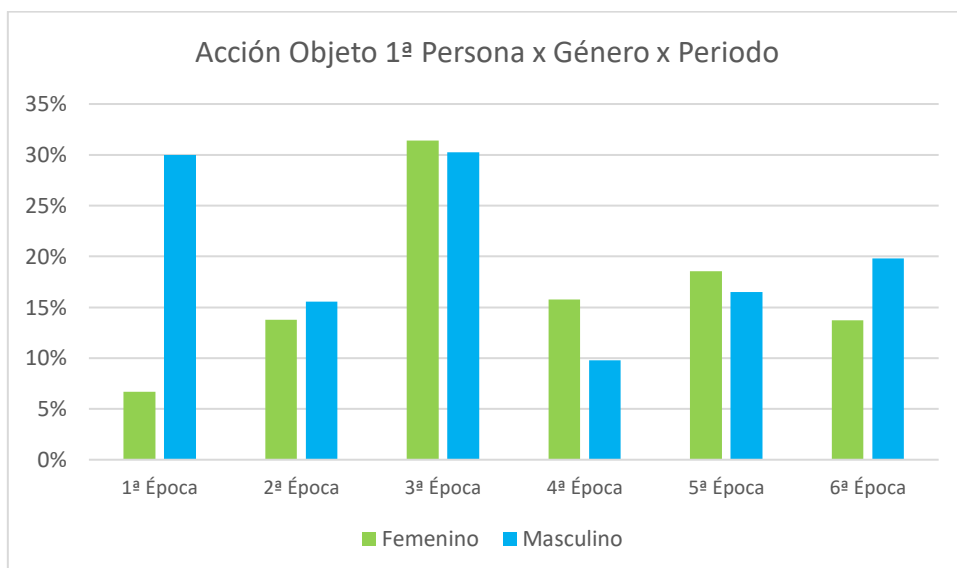
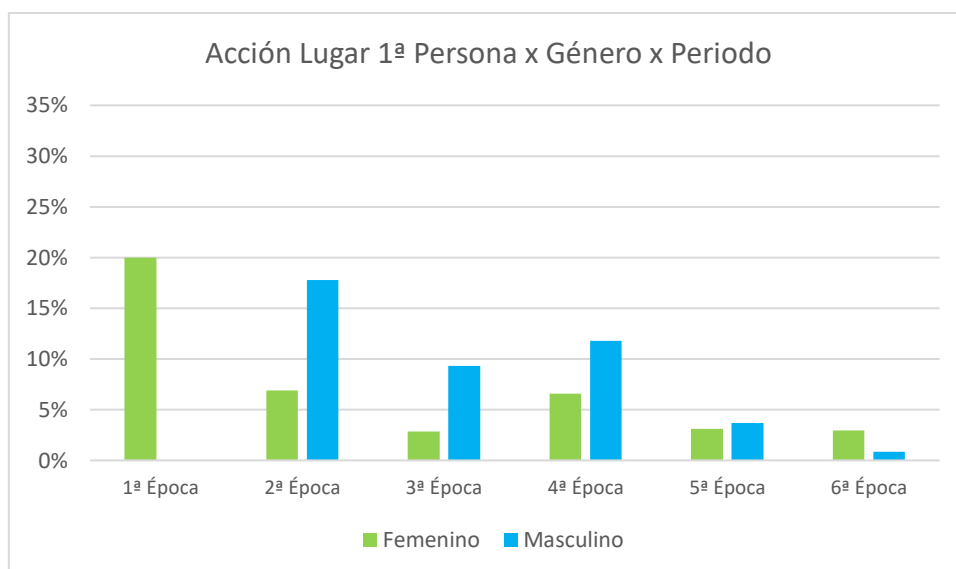


Gráfico 6.6.3





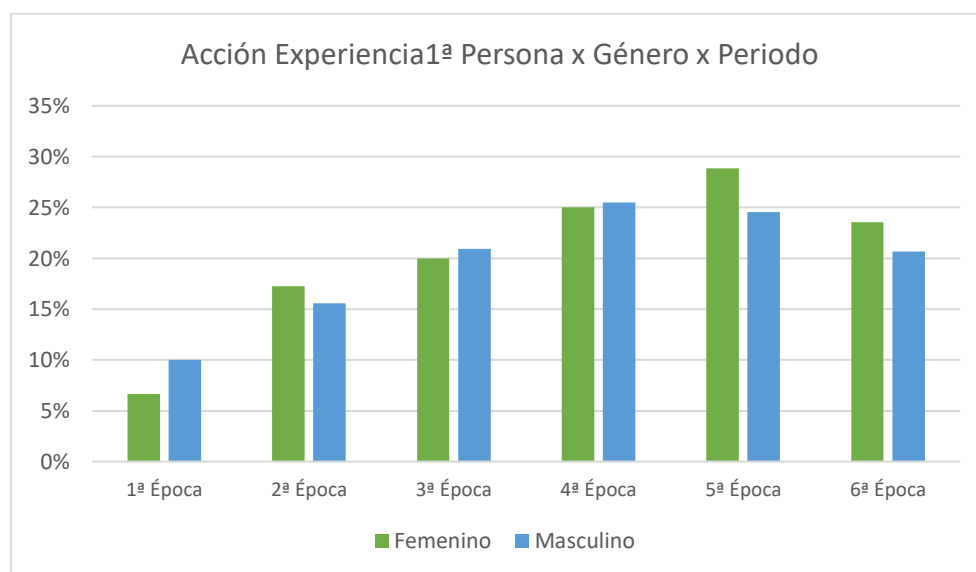
Dentro de la agrupación de verbos físicos de acción física, observamos evoluciones distintas tanto entre los dos géneros como entre los distintos tipos. Por ejemplo, en el caso de los personajes de género femenino, se aprecia que la evolución de los verbos de objeto es la que más se parece a la evolución de la agrupación, con un pico en la tercera época. El uso de los verbos corporales también llega a ese pico en la tercera época, pero lleva bastante menos peso en general, y el uso de los verbos de lugar empieza con mucho uso, para luego caer y llevar una evolución de pequeños altibajos. En el caso de los personajes de género masculino, la evolución del uso de los verbos corporales es la que más se asemeja a la evolución, con el máximo alcanzado en la segunda época, seguido por una caída hasta la cuarta época, más otro aumento pequeño y una especie de nivelación. En cambio, el uso por los personajes masculinos de los verbos de objeto alcanza máximos en la 1ª y la 3ª época, con altibajos más drásticos y un repunte en la 5ª y 6ª época, mientras el uso de los verbos de lugar sólo empieza en la segunda época, también con una evolución irregular y progresivamente a la baja.

Cabe destacar que, a rasgos generales, hay mucho más uso de los verbos de acción física por parte de los personajes masculinos que por los personajes femeninos durante las dos primeras épocas, aunque para ambos géneros se observa un ligero aumento. Llama la atención la ausencia total de verbos de acción corporal entre los personajes femeninos de la primera época, con *Blancanieves*, las marionetas y la Señora Jumbo, en la 1A y la 2, de *Blancanieves* y *los siete enanitos*, la 5B, de *Pinocho* y la 6, de *Dumbo*, respectivamente, en comparación con el Príncipe y Pinocho, en la 1B, de *Blancanieves* y *los siete enanitos* y, en la 5A, de *Pinocho*, que emplean un nivel medio de este tipo de

verbo. También es llamativo el hecho de que el uso de estos verbos por los personajes de género femenino llega a superar al uso por los personajes masculinos en la tercera y cuarta épocas, para luego llegar a igualarse aproximadamente, en las últimas dos épocas. Esto se puede deber a la incorporación de personajes femeninos más asertivos en la tercera época (en particular, Mary Poppins, Jane y la Sra. Banks, de *Mary Poppins*) y luego en la quinta y la sexta, tomando como ejemplos a Bella, de *La bella y la bestia*, Pocahontas, de *Pocahontas*, Esmeralda, de *El jorobado de Notre Dame*, Mulán, de *Mulán*, Tiana, de *Tiana y el sapo*, Rapunzel, de *Enredados*, Elsa y Anna de *Frozen: El reino del hielo*...

#### 6.3.1.2 Evolución comparativa Femenino/Masculino por tipo de verbo de acción experiencia (1ª Persona):

Gráfico 6.7



Es realmente destacable, quizás incluso sorprendente, la evolución observada del uso de los verbos de experiencia – los más abstractos – porque es casi igual entre los dos géneros a lo largo de las seis épocas estudiadas. Esto puede estar relacionado con que el texto original no deja de ser una canción que lleva cierta carga poética. Una traducción literaria pretende transmitir el mismo significado del texto original y, no necesariamente las mismas palabras; el resultado se considera literario también, a diferencia de una traducción técnica, que lleva una terminología fija y unas expresiones prácticamente hechas. En el caso de nuestro objeto de estudio, puede ser que el uso de los verbos más abstractos de experiencia, para los dos géneros, haya seguido una evolución parecida en los textos originales, lo cual se traduce con otros verbos que reflejen el mismo significado.

Ambos siguen un aumento progresivo hasta el máximo alcanzado en la quinta época, para luego sufrir una caída en la sexta y, van cambiando de predominio entre ellos, con los personajes masculinos superando a los femeninos en la 1ª, 3ª y 4ª épocas y los femeninos a los masculinos en la 2ª, 5ª y 6ª. En la 3ª época, hay ejemplos de mucho uso de los verbos de experiencia por personajes de género femenino, sobretodo en *Mary Poppins*, o por personajes de género masculino, tanto en *Mary Poppins* como en *Los aristogatos*; mientras, en la 4ª época, la mayoría del uso de los verbos de experiencia por ambos géneros viene en *Pedro y el dragón Elliot*.

El uso de dichos verbos se observa muy distribuido por los personajes femeninos de los “Clásicos” de la 5ª época, con Bella, en la 66A, de *La bella y la bestia*, Pocahontas, en la 81, de *Pocahontas*, Mégara y las musas en la 88A y B, de *Hércules*, Mulán, en la 90C y la 91, de *Mulán*, la solista femenina en la 101, de *La gran película de Piglet...* Entre los personajes masculinos de dicha época, empiezan a emplear estos verbos con mucha más frecuencia a partir de John Smith, en la 82C, de *Pocahontas*, incluyendo otros como Quasimodo, en la 83B y la 85A, de *El jorobado de Notre Dame*, Hércules, en la 86 y la 89, y Fil, en la 87, de *Hércules*, Tarzán, en la 95, de *Tarzán*, Kuzco, en la 96A, de *El emperador y sus locuras*, Jim, en la 98, de *El planeta del tesoro*, Koda y Kenai, en la 103 y la 104, respectivamente, de *Hermano oso*. En la sexta época, también se aprecia un uso extensivo repartido entre los personajes de género femenino, aunque relativamente menos que en la 5ª, pero esto incluyendo personajes como Rapunzel, en la 115, la 117 y, sobretodo la 120A, de *Enredados*, Anna (aunque ella usa más verbos de acción física que verbos de experiencia en algún caso), en la 126A y la 130A, y Elsa, en la 120B y la 131, de *Frozen: el reino del hielo*. Se observa más la caída de este uso entre los personajes de género masculino en la 6ª época, que se reducen a Lewis, en la 108 y la 109, de *Descubriendo a los Robinsons*, Louis y Naveen, en la 112A y B, de *Tiana y el sapo* y, el rufián con garfio, en la 118B, de *Enredados*. Como veremos a continuación, esta evolución es casi la inversa de la que experimental los verbos de acción mental, por lo menos, para los personajes de género femenino.

### 6.3.1.3 Evolución comparativa Femenino/Masculino por tipo de verbo de acción mental (1ª Persona):

Gráfico 6.8

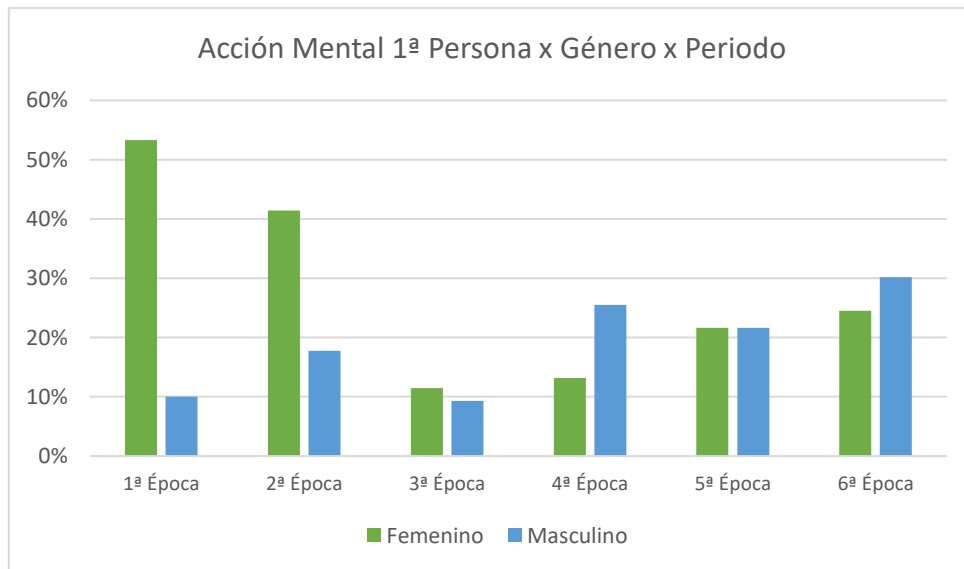


Gráfico 6.8.1

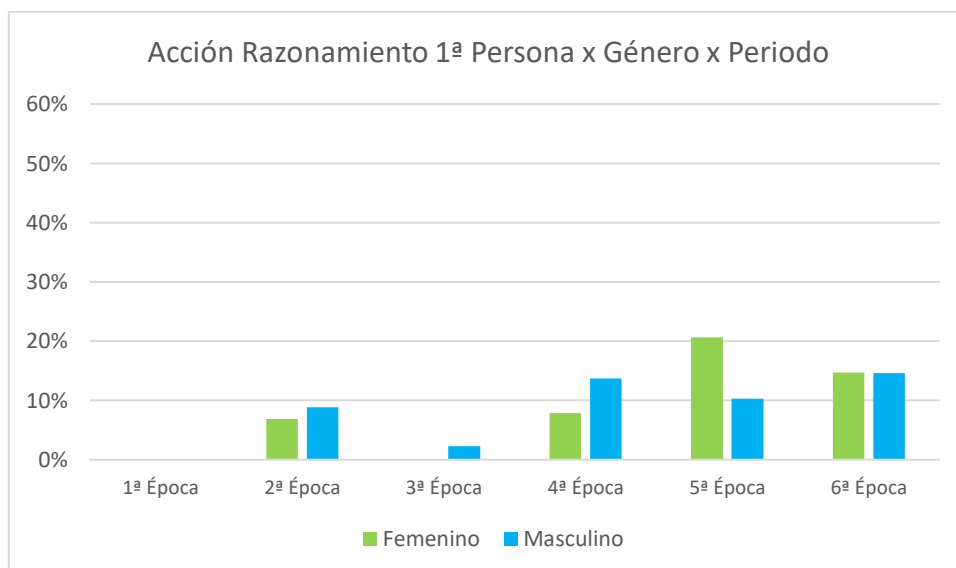
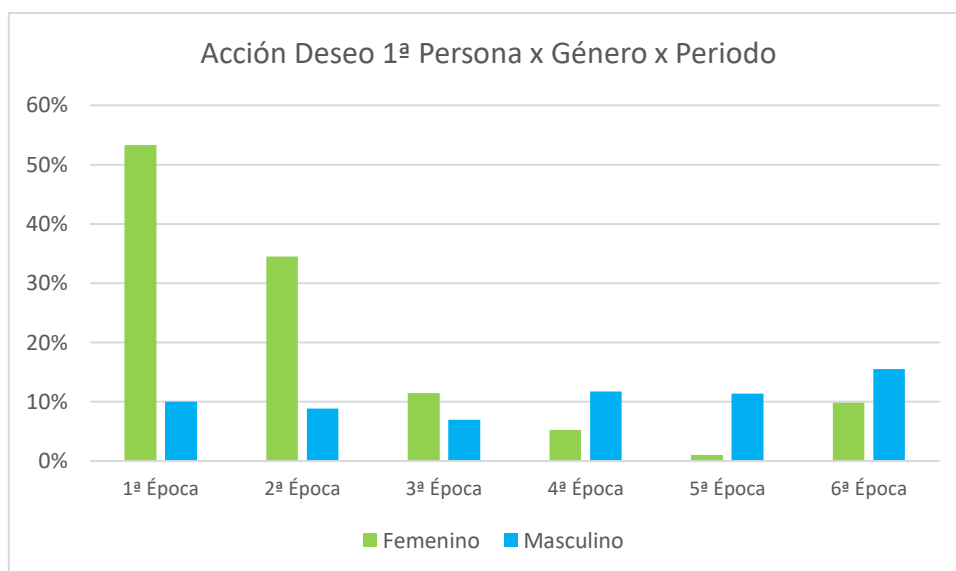


Gráfico 6.8.2



A diferencia de los verbos de experiencia, los verbos de acción mental (de razonamiento y de género) muestran una evolución muy diferente, tanto entre los géneros como entre los tipos. Para la agrupación, el uso por los personajes de género femenino empieza muy elevado y sufre una caída notable hasta la tercera época, a partir de la cual empieza una recuperación lenta. Esto se debe, en parte, al elevado uso de los verbos de deseo en las dos primeras épocas (sobretudo, la primera) y al elevado uso de los verbos de razonamiento en las dos últimas épocas (sobretudo la quinta). Hay abundancia de verbos de deseo por parte de Blancanieves, en la 1A, de *Blancanieves y los siete enanitos*, en la primera época, y luego por parte de Aurora, en la 22 y la 23A, de *La bella durmiente*, en la 2ª época. Más adelante, en la 5ª y 6ª, mientras usan los verbos de deseo menos, se observa un aumento muy notable en el uso de los verbos de razonamiento, como en el caso de Yasmín, en la 74B, de *Aladdín*, Pocahontas, en la 81, de *Pocahontas*, Esmeralda, en la 84A, de *El jorobado de Notre Dame* o Mégara, en la 88A, de *Hércules*; o Rapunzel, en la 115 y la 121ª (donde usa tanto verbos de deseo como verbos de razonamiento), de *Enredados*, o Anna, en la 126ª, de *Frozen: El reino del hielo*.

Respecto a los personajes de género masculino, la evolución es más bien escalonada hacia más, con altibajos a lo largo de las épocas 4ª y 6ª. Esto refleja más el uso de los verbos de razonamiento, ya que, en el caso de los verbos de deseo, entre los personajes masculinos, se sigue una tendencia casi plana hasta la quinta época. Sólo es en la última época cuando se observa un aumento notable. El uso de los dos tipos en la 4ª época se observa realmente en sólo dos canciones: los verbos de deseo, por Pedro, en la 133, de *Pedro y el dragón Elliot* y, los verbos de razonamiento, por Dodger, en la 60, de *Oliver y*

*su pandilla*. En ambos casos se trata de estribillos con mucha repetición de dichos verbos. En la 6ª época, donde aumenta el uso de la agrupación de verbos de acción mental por parte de los personajes masculinos, se observa un mayor uso de los verbos de razonamiento por Lewis, en la 108 y la 109, de *Descubriendo a los Robinsons*, y por parte de Flynn, en la 121B, de *Enredados*, en estos casos también como parte de los estribillos de dichas canciones. Los verbos de deseo se ven incluso más, empezando por Louie y Naveen en la 112A y B, respectivamente, de *Tiana y el Sapo*, distintos rufianes en la 199, de *Enredados*, hasta Flynn, en la 121B, también de *Enredados* (donde se observa el uso muy repetido en el estribillo).

Lo que sí resulta notable es que el hecho de que los personajes femeninos superan a los masculinos en el uso de los verbos de acción mental solamente hasta la tercera época, después de la que se invierte esta tendencia y los personajes masculinos empiezan a predominar en su uso, con un solo repunte de uso femenino de los verbos de razonamiento en la 5ª época, lo que les iguala en dicha época.

#### 6.3.1.4 Evolución comparativa Femenino/Masculino por tipo de verbos descriptivos (1ª Persona):

Gráfico 6.9

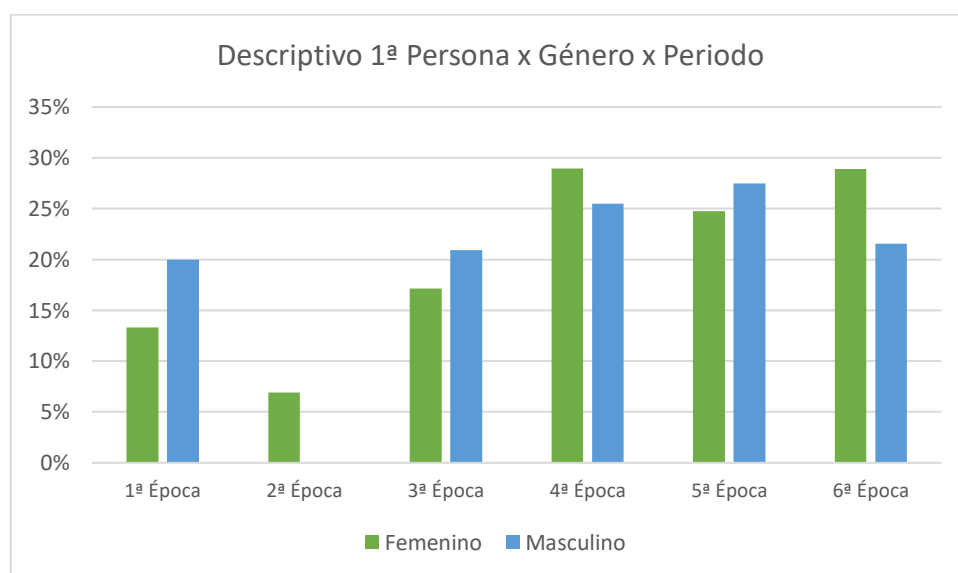


Gráfico 6.9.1

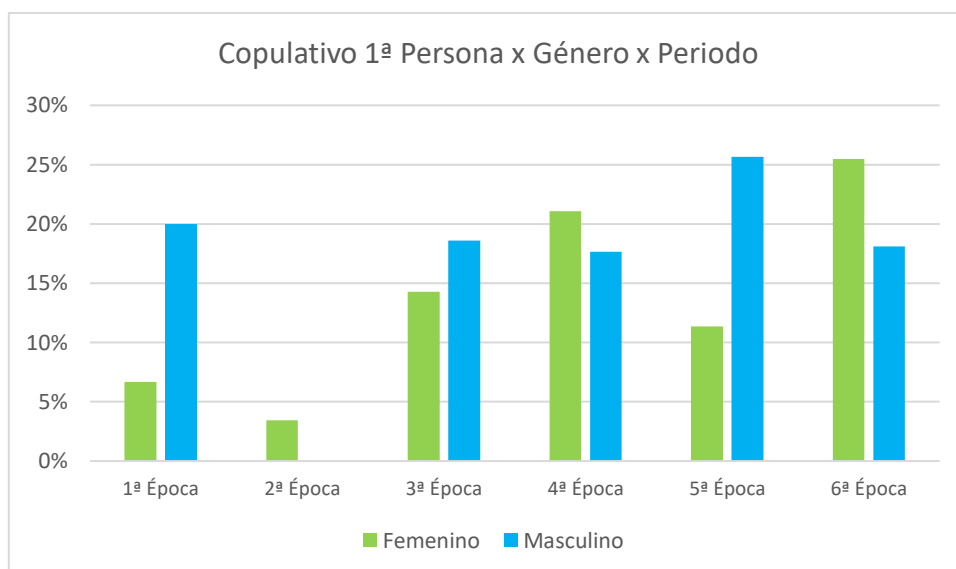
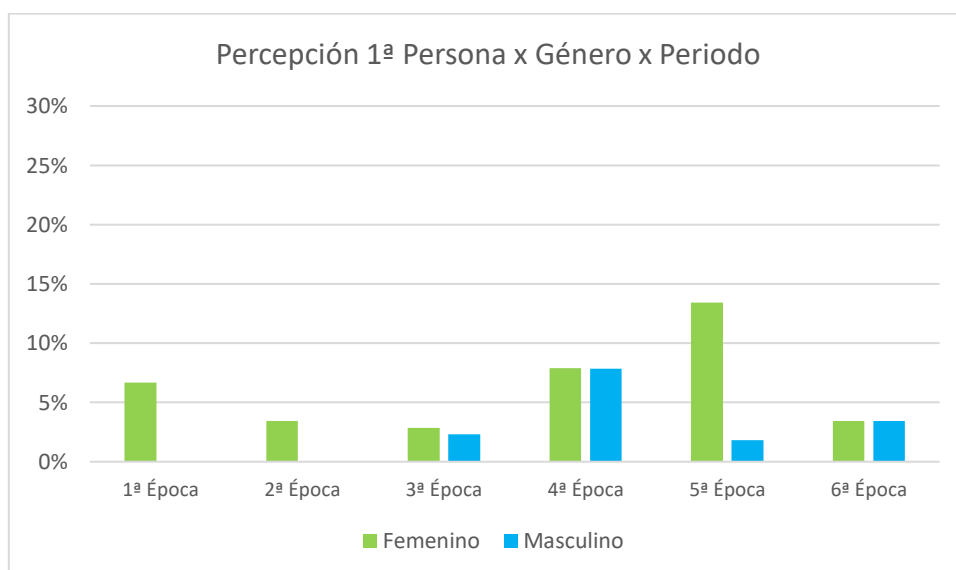


Gráfico 6.9.2



Varía notablemente la evolución del uso de los verbos descriptivos, entre los géneros y entre los tipos, a lo largo de los años. El uso por los personajes de género femenino empieza a un nivel medio en la primera época, para reducirse en la segunda y volver a subir, por encima del nivel original en la tercera. Esta evolución se repite en las siguientes tres épocas, esta vez ocupando niveles más altos que en las primeras. Algo parecido se observa en el caso específico de los verbos copulativos. Sin embargo, en el caso de los verbos de percepción usados por personajes femeninos, se observa una caída progresiva del uso hasta la 3ª época, seguida por un aumento más pronunciado hasta la quinta época y una caída drástica en la última. Respecto a los personajes de género masculino, se aprecia un uso elevado y bastante nivelado de los verbos copulativos en todas las épocas

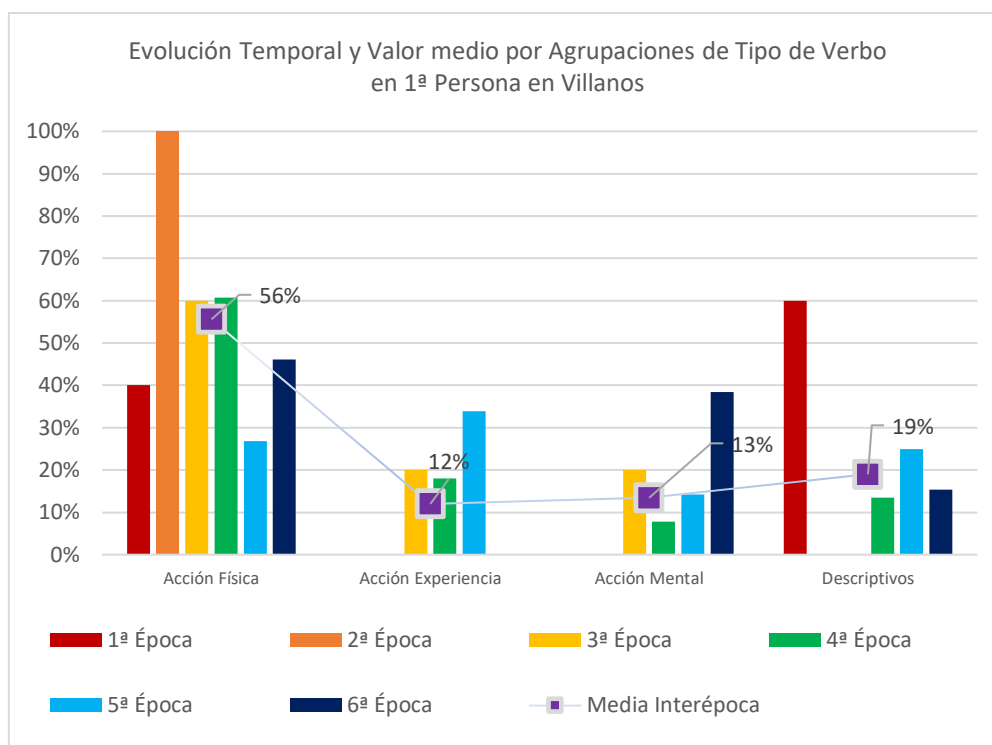
salvo la segunda (cuando no hay uso masculino de los verbos descriptivos), con un repunte notable en la quinta época. En cambio, no se observa ningún uso de los verbos de percepción por los personajes masculinos hasta la 3ª época y, entonces se mantiene niveles muy bajos, salvo en la cuarta época, cuando lleva a casi el 8%). Resultan llamativas, entonces, las proporciones relativas de los géneros en el uso de esta agrupación, ya que el uso masculino supera al femenino en épocas alternas (1ª, 3ª y 5ª), mientras el femenino supera al masculino en las demás, en ambos casos, con niveles altos en conjunto en las últimas tres épocas.

Cabe destacar el uso de los verbos copulativos por los personajes de género masculino en la 1ª época, por ejemplo, con Pinocho, en la 5A, de *Pinocho*, aunque en este mismo ejemplo, emplea mucho más los verbos corporales y de objeto. Aquí hay que recordar el tamaño muy pequeño de dicha 1ª época. Más interesantes, quizás, resultan los picos relativos (por encima del 25%) alcanzados en el uso de los verbos copulativos en la quinta época por los personajes masculinos y en la sexta época por los personajes femeninos. En el caso de los primeros, no se trata de canciones aisladas, sino de una tendencia a lo largo de dicha época, citando ejemplos como el Genio en la 73, de *Aladdín*, Simba en la 76A, de *El rey león*, Quasimodo en la 83B, de *El jorobado de Notre Dame*, Hércules en la 86, de *Hércules* (donde también utiliza muchos verbos de lugar, de experiencia, de razonamiento y, sobretodo, de deseo), Li Shang y los reclutas, en la 92A y B, de *Mulán*, Tarzán, en la 95, de *Tarzán*, Kuzco en la 96A, de *El emperador y sus locuras* (donde también hay mucho uso de verbos de experiencia), Jim, en la 98, de *El planeta del tesoro* (donde también emplea muchos verbos de experiencia), Piglet en la 99, de *La gran película de Piglet* (donde también usa muchos verbos de experiencia), Koda, en la 103, de *Hermano oso* (donde también emplea muchos verbos corporales, de lugar y de experiencia) y hasta Chicken Little, en la 197, de *Chicken Little*. La lista no es tan extensa para los personajes de género femenino en la 6ª época, pero sí que atraviesa todo el periodo: con la solista en off, en la 110, de *Bolt*, Tiana, en la 111 (donde emplea incluso más los verbos de deseo) y la 112C, de *Tiana y el sapo*, Anna, en la 127A, de *Frozen: el reino del hielo*, Elsa, en la 130B y la 131, de *Frozen: el reino del hielo* (donde emplea mucho más los verbos de experiencia) y el coro en off en la 132, de *Big Hero 6*.

#### 6.3.1.5 Evolución temporal Villanos actividad/pasividad verbal (1ª Persona)

Gráfico 6.10





El caso de los villanos queda muy claro, cuando se trata del nivel de actividad/pasividad a rasgos generales. Los verbos de acción física muestran un predominio fulminante, con una media del 56% de los verbos utilizados, en comparación con porcentajes por debajo del 20% en las otras agrupaciones. Destaca el aumento muy notable en la segunda época, seguido por una vuelta a niveles más cerca de la media entre los verbos de acción física. En esta agrupación, por delante de las demás agrupaciones, con menos cambio, por ejemplo, los verbos descriptivos empiezan con un nivel muy alto (el 60%), para desaparecer durante dos épocas y volver con niveles mucho más bajos. También llama la atención el uso de los verbos de acción experiencia y de acción mental, que sólo aparecen en la 3ª época, con niveles del 20%, para luego sufrir bajadas y subidas de nuevo en la quinta época. De hecho, el nivel alcanzado por el uso de los verbos de acción mental en la última época resulta muy llamativo, porque sólo le supera el uso de los verbos de acción física en dicha época. A continuación, se examinan con más detalle. En este caso, dado que los villanos no se comparan entre ellos por género, podemos realizar las comparaciones de los tipos de verbos dentro de los mismos gráficos de las agrupaciones.

#### 6.3.1.5.1 Evolución por tipo de verbo de acción física (1ª Persona):

Gráfico 6.10.1

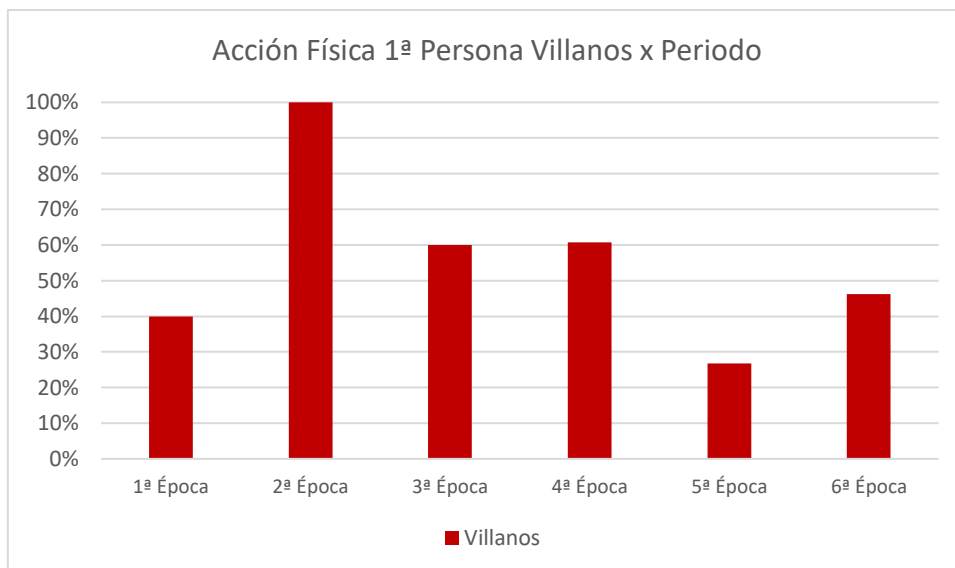
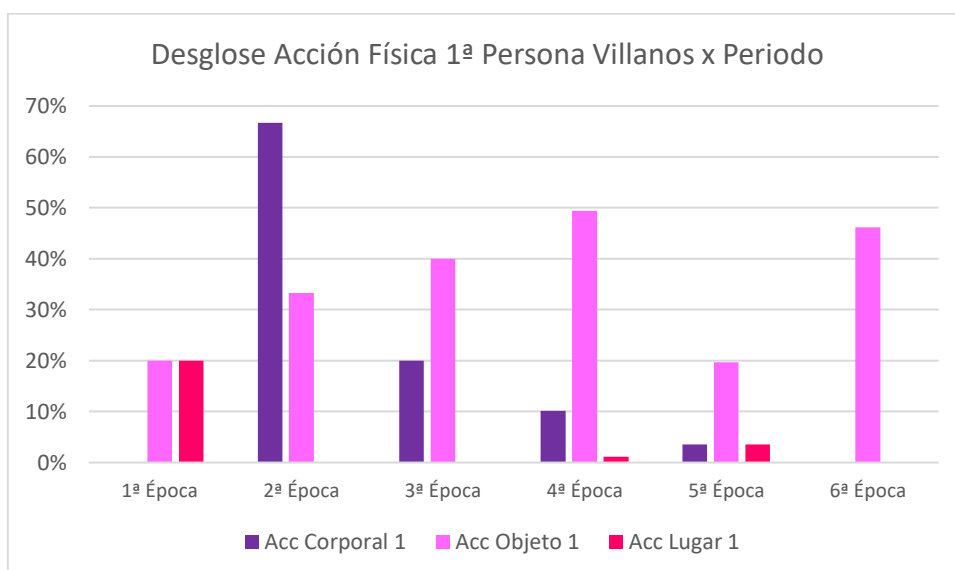


Gráfico 6.10.1.1



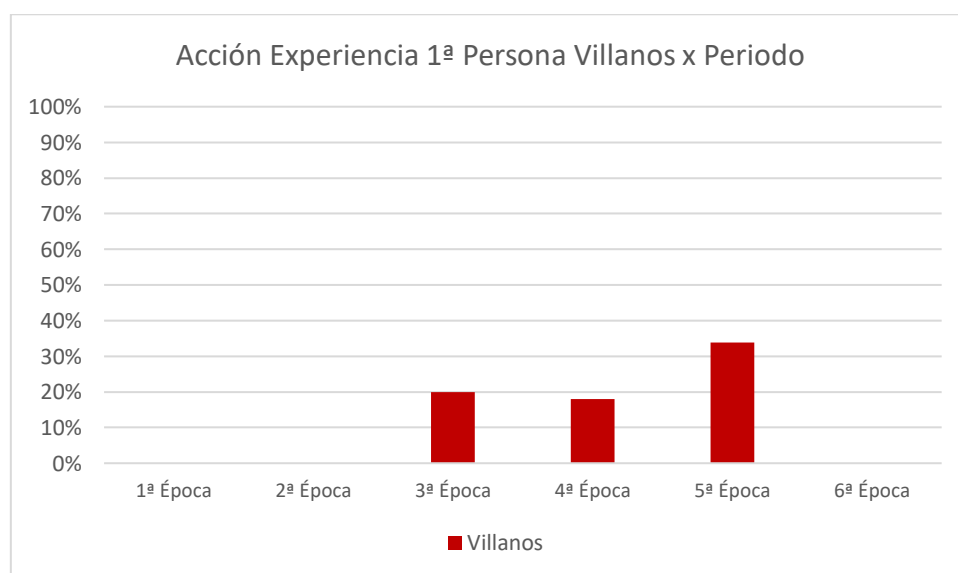
Resulta llamativa la evolución que se observa en el gráfico del uso agrupado de los verbos de acción física, en comparación con el gráfico desagregado por tipos. Explica que el aumento descomunal en el uso de los verbos de acción física en la segunda época se debe primordialmente al aumento en el uso de los verbos corporales y sólo un poco al aumento de los verbos de objeto. Teniendo en cuenta la muestra muy pequeña de villanos en dicha época, observamos a la Reina en la 14C, de *Alicia en el país de las maravillas*, que usa un verbo de acción corporal y al Capitán Garfio, en la 19A, de *Peter Pan*, que emplea algún verbo de objeto. También es de gran importancia destacar que la muestra en dicha segunda época fue realmente escasa (con sólo cuatro personajes cantantes), sobre todo en el uso de la primera persona, en comparación con el predominio de la 3ª persona.

No olvidemos que los villanos muchas veces utilizan otras formas, sobretodo en imperativo, para mandar a otros personajes.

Por otra parte, destaca el aumento progresivo en el uso de los verbos de acción de objeto hasta la cuarta época, seguido por una caída en la quinta época y el repunte en la sexta, en comparación con la caída progresiva – y más marcada – de los verbos de acción corporal desde la segunda hasta la quinta época. Es decir, baja gradualmente el uso del tipo más activo de verbos de acción, mientras sube aún más gradualmente el uso del segundo tipo más activo de verbos de acción, manteniendo una actitud verbal activa. En la quinta época, se observa el uso de los verbos de objeto, como por Gastón, en la 66B y la 67C, de *La bella y la bestia*, Scar, en la 77A, de *El rey león*, Ratcliffe, en la 82A, de *Pocahontas* y el Juez Frollo, en la 83A, de *El jorobado de Notre Dame* más o menos a la par, que los verbos copulativos en las mismas canciones y, superados ambos por los verbos de experiencia, que veremos a continuación.

#### 6.3.1.5.2 Evolución por tipo de verbo de acción experiencia (1ª Persona):

Gráfico 6.10.2



El uso por los villanos de los verbos de acción de experiencia en 1ª persona es relativamente bajo y, de hecho, sólo los usan de la 3ª a la 5ª época. Por norma general, parece que estos personajes utilizan verbos más específicos, en lugar de los verbos más abstractos que son los de experiencia. Se aprecia sólo un repunte en la 5ª época, hasta más del 30%, aunque esto afecta poco la media. De hecho, se emplean verbos de experiencia en ocho de las nueve canciones cantadas por los villanos en dicha época y, con más peso

que los demás tipos en la mayor parte de ellas. Solo en el caso de Gastón, en la 67C y la 71A, de *La bella y la bestia*, Scar, en la 77A, de *El rey león* y Ratcliffe, en la 82A, de *Pocahontas*, el uso del conjunto de los demás tipos de verbos supera al uso de los verbos de experiencia. Y esto es sólo en el uso de la 1ª persona. El empleo en la 2ª y 3ª y las formas no personales sigue este patrón, aunque en el caso de los verbos en 3ª persona, los verbos copulativos llegan a superar a éstos.

6.3.1.5.3 Evolución por tipo de verbo de acción mental (1ª Persona):

Gráfico 6.10.3

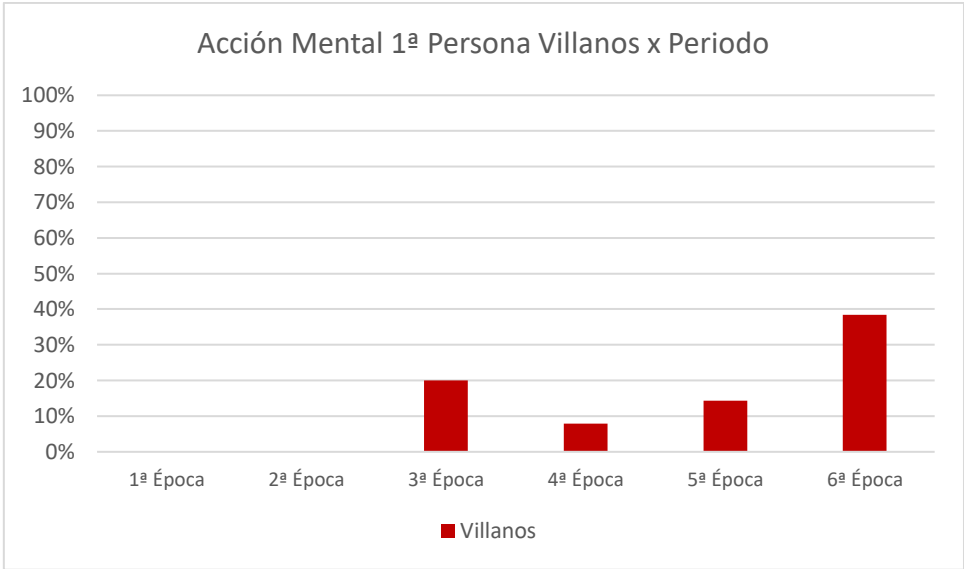
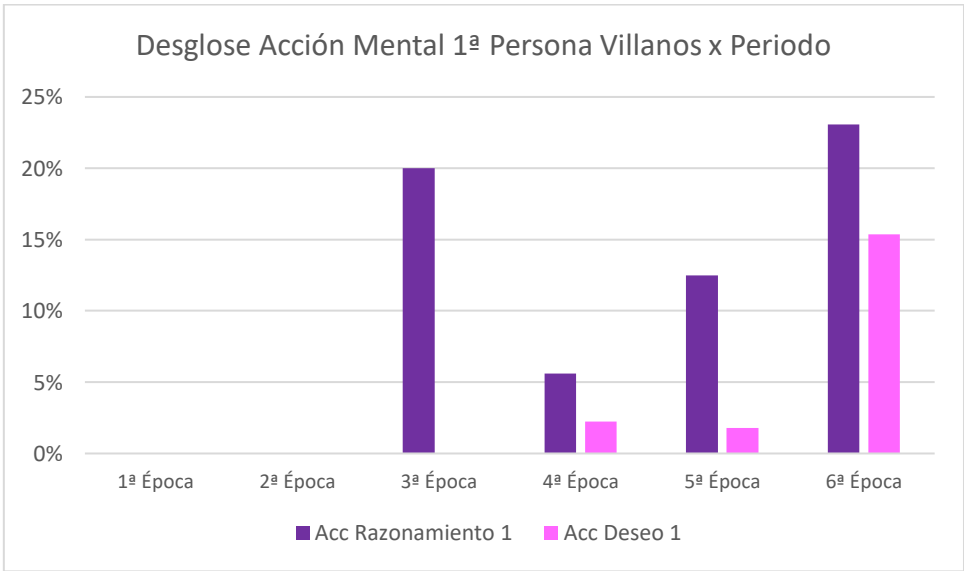


Gráfico 6.10.3.1



El uso que los villanos les dan a los verbos de acción mental (de razonamiento y de deseo), de media, es bastante bajo (un 13%) y, sin embargo, cuando empiezan en la 3ª época, marca un 20% y ya en la última época, llega a un 40%. Esto refleja sobre todo los verbos de razonamiento, muy por encima de los de deseo, hasta la sexta época, cuando el uso de los verbos de deseo aumenta muy notablemente, acercándose un poco más al uso de los de razonamiento. Destacan estos dos extremos, a bajada y consiguiente subida de éstos de la 4ª a la 6ª época y, la ausencia y luego los niveles sumamente bajos del uso de verbos de deseo en la 4ª y la 5ª. De hecho, en la 4ª época, los verbos de razonamiento los usan sólo el Dr. Terminus, en la 135A, de Pedro y el dragón Elliot, Slade, en la 56, de Tod y Tody (donde también emplea verbos de deseo) y Úrsula, en la 65, de La sirenita. Aumenta el uso de los verbos de razonamiento en la 5ª época, con Gastón, en la 67C, Scar, en la 77A, de El rey león y Ratcliffe (donde también usa un verbo de deseo), en la 82A, de Pocahontas. Al final, en la 6ª época, se aprecia un peso mayor de los dos tipos de verbos de acción mental, aunque con una de las muestras más pequeñas de villanos, con la Madre Gothel, en la 116, de *Enredados* y el Príncipe Hans, en la 127B, de *Frozen: el reino del hielo*.

#### 6.3.1.5.4 Evolución por tipo de verbos descriptivos (1ª Persona):

Gráfico 6.10.4

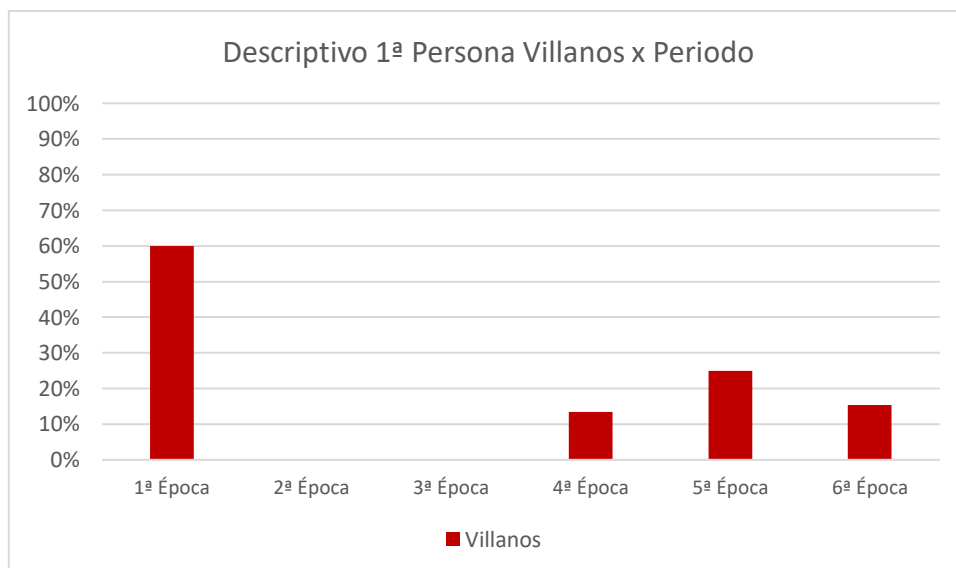
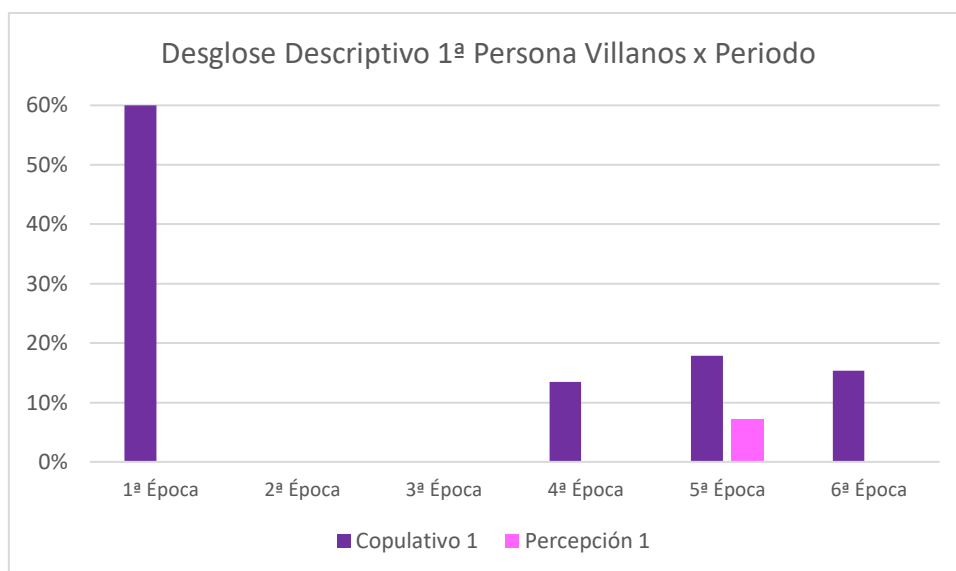


Gráfico 6.10.4.1



El uso de los verbos descriptivos por parte de los villanos destaca por empezar muy fuerte, con un 60% de los verbos utilizados (y en este caso, en la primera época, sólo verbos copulativos), seguido por una ausencia de 30 años y, luego niveles más moderados en el uso de los copulativos y una sola aparición del uso de verbos de percepción en la quinta época. La media de todas las épocas es un sorprendente 20%, gracias al uso tan elevado al principio. Sin embargo, hay que tener en cuenta que, justo para la primera época, hay una sola canción cantada por un personaje villano, el Honrado Juan, en la 4A, de *Pinocho*. Emplea una mayoría de verbos copulativos en 1ª y 3ª persona, más un solo verbo de objeto, en esta canción. No resulta comparable con muestras de ocho o nueve canciones, pero no se puede hacer nada, ya que es la muestra entera para dicha época.

## 6.4 Evolución de los deseos según la escala de valores

### 6.4.1 Evolución de los deseos según la escala de valores por género

Gráfico 6.11.1

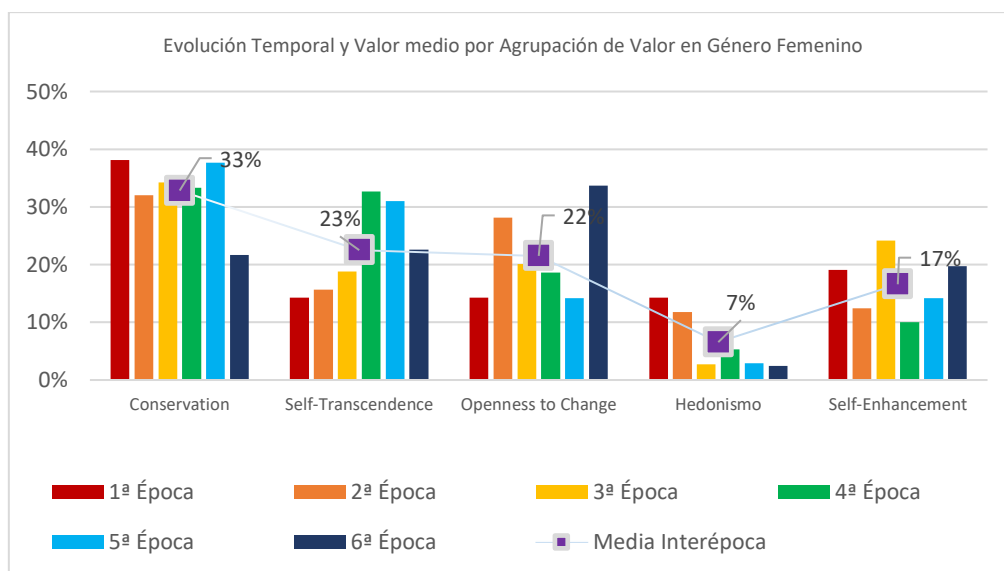
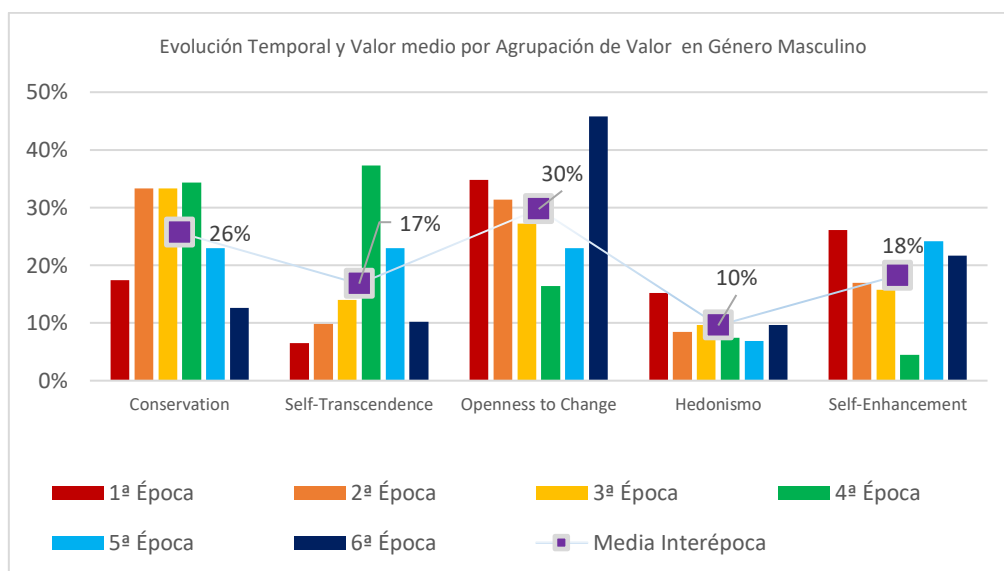


Gráfico 6.11.2



A rasgos generales, se observa un predominio indiscutible de los valores de la *Conservation* (seguridad, tradición y conformidad) entre los personajes de género femenino, seguida por las agrupaciones de *Self-Transcendence* (benevolencia y universalismo) y *Openness to Change* (estimulación y autodirección), mientras entre los personajes masculinos, predominan los valores de *Openness to Change*, seguida por la agrupación de *Conservation*. Quizás lo más llamativo a esta escala son las similitudes entre los géneros, incluyendo evoluciones parecidas en la agrupación de *Self-Transcendence* en general y, sobretodo, específicamente en la 6ª época en la agrupación

de *Openness to Change*, donde ambos experimentan un aumento muy pronunciado en relación con las demás agrupaciones.

6.4.1.1 Evolución por tipo de valor “Conservation”:

Gráfico 6.12

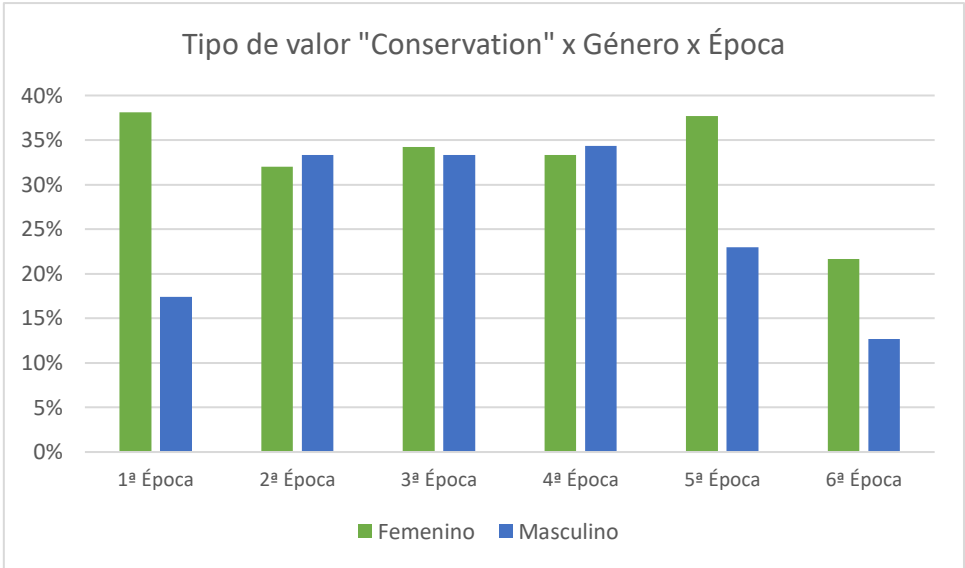


Gráfico 6.12.1

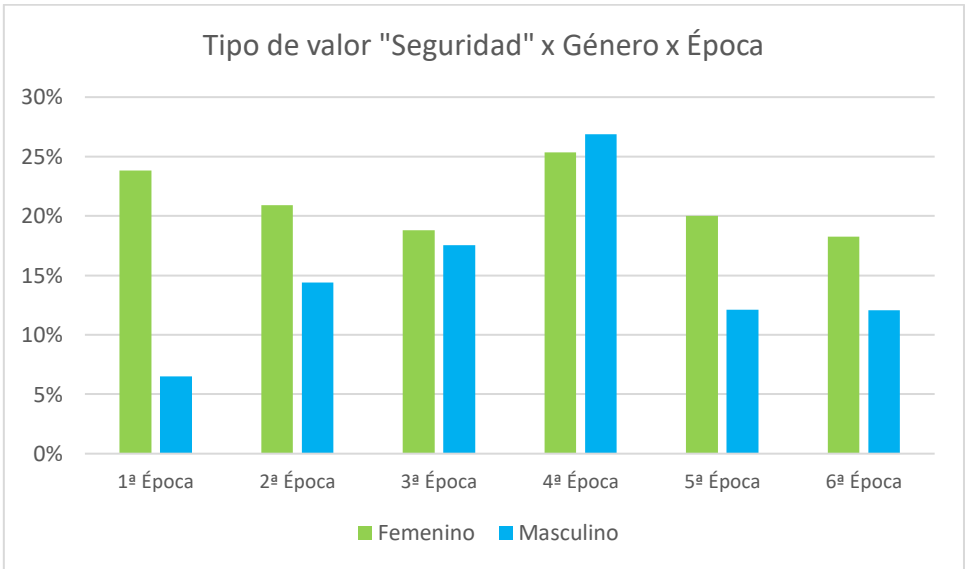


Gráfico 6.12.2



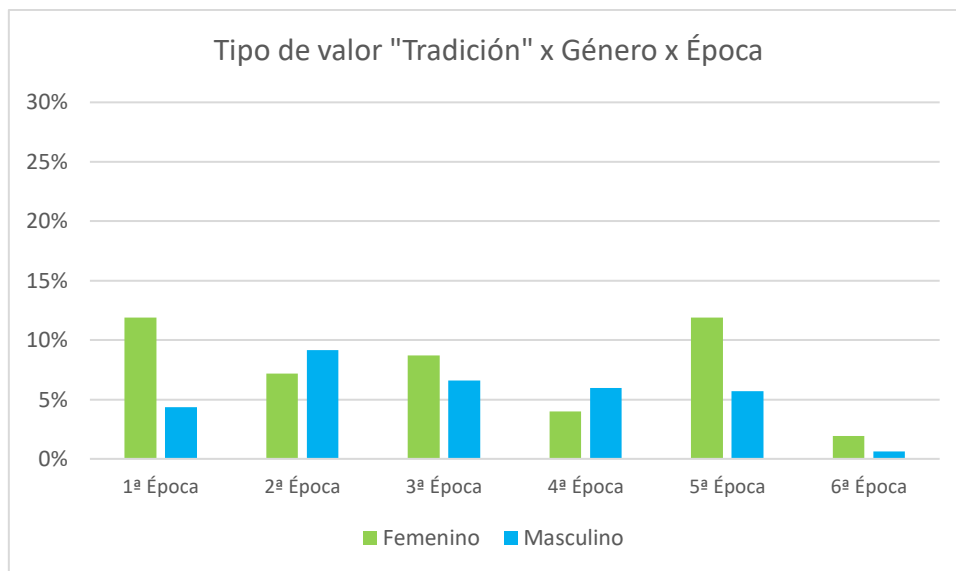
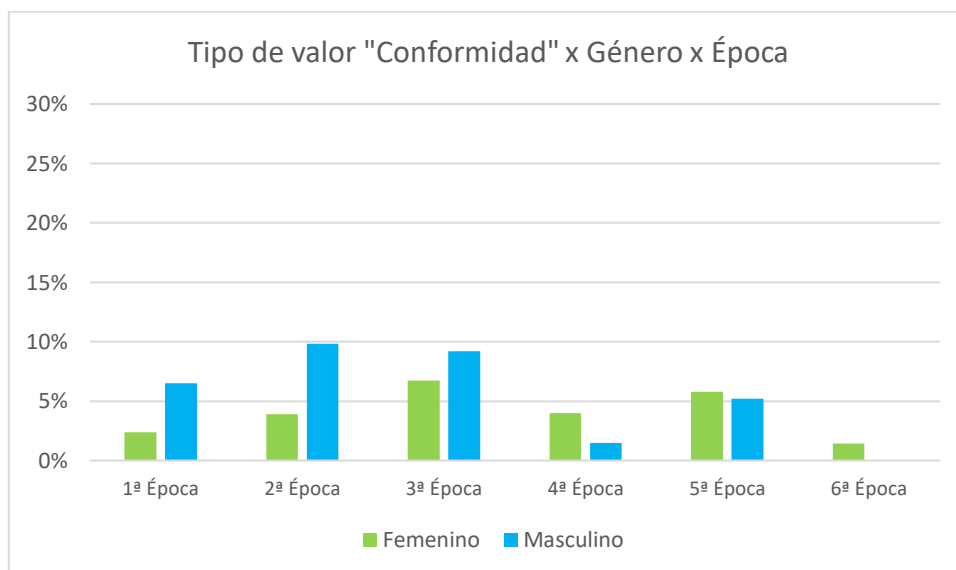


Gráfico 6.12.3



Dentro de la agrupación *Conservation*, destacan varios aspectos. Por ejemplo, el valor de la seguridad es el más representado por ambos géneros a lo largo de los años, con una evolución ascendiente (hasta un máximo en la cuarta época) y luego descendiente entre los personajes de género masculino, y una evolución más de altibajos para las féminas, aunque también con el pico más alto en la 4ª época. En dicho valor de la seguridad, se observa un predominio de uso por parte de los personajes de género femenino sobre el masculino, con una sola excepción en la 4ª época. Esta excepción se atribuye al hecho de que los deseos expresados por Pedro, Lampie y los aldeanos, en la 133, 134A y 135B, de *Pedro y el dragón Elliot*, llevaban el deseo principal de la seguridad. Algo parecido ocurre también en el caso de la tradición, aunque en este caso, el predominio masculino se

registra en la segunda época. En este caso, la tradición se ve como el valor principal en el deseo expresado por los Reyes Estéfano y Huberto, en la 24, de *La bella durmiente*; también lleva bastante peso en las canciones cantadas por el solista en off, en la 7A, de *Bambi*, los cantantes en la 8, de *Los tres caballeros*, la voz en off del Príncipe, en la 10B, de *La cenicienta*, el coro de naipes, en la 14D, de *Alicia en el país de las maravillas* y, el coro de piratas en la 19C, de *Peter Pan*. Por último, llama la atención que la conformidad la reflejen más los personajes de género masculino durante las tres primeras épocas, mientras esta tendencia se invierte a partir de la 4ª; además, este valor ve muy escaso uso por los personajes de género femenino ya en la sexta época, cuando desaparece el uso masculino. De hecho, es de los valores que menos se han observado como valor principal expresado por los personajes en sus deseos; los únicos ejemplos – de entre todas las épocas – son el coro de naipes, en la 14D, de *Alicia en el país de las maravillas* (personajes de género masculino, de la 2ª época) y el Sr. Banks, en la 28, de *Mary Poppins* (personaje de género masculino, de la 3ª época).

#### 6.4.1.2 Evolución por tipo de valor “Self-Transcendence”:

Gráfico 6.13

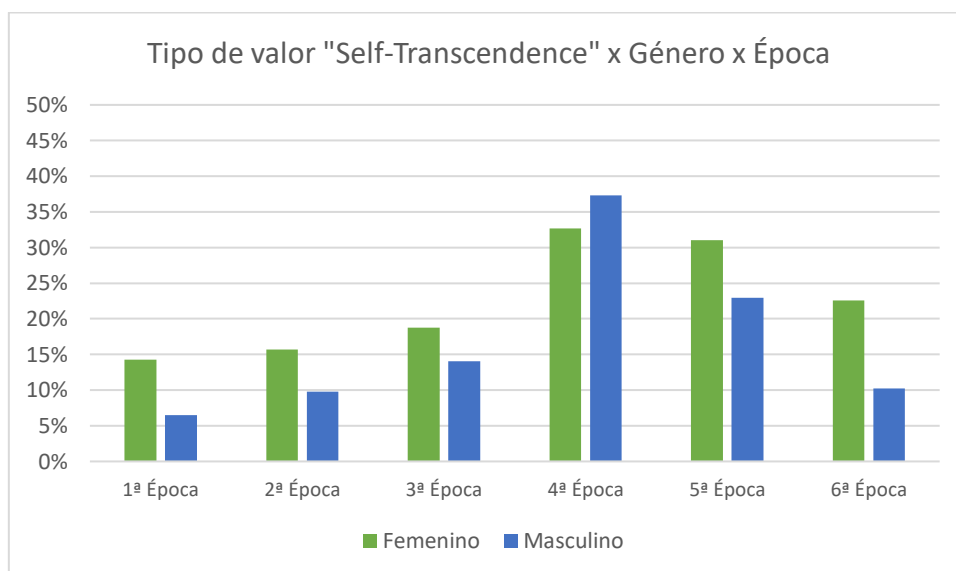


Gráfico 6.13.1

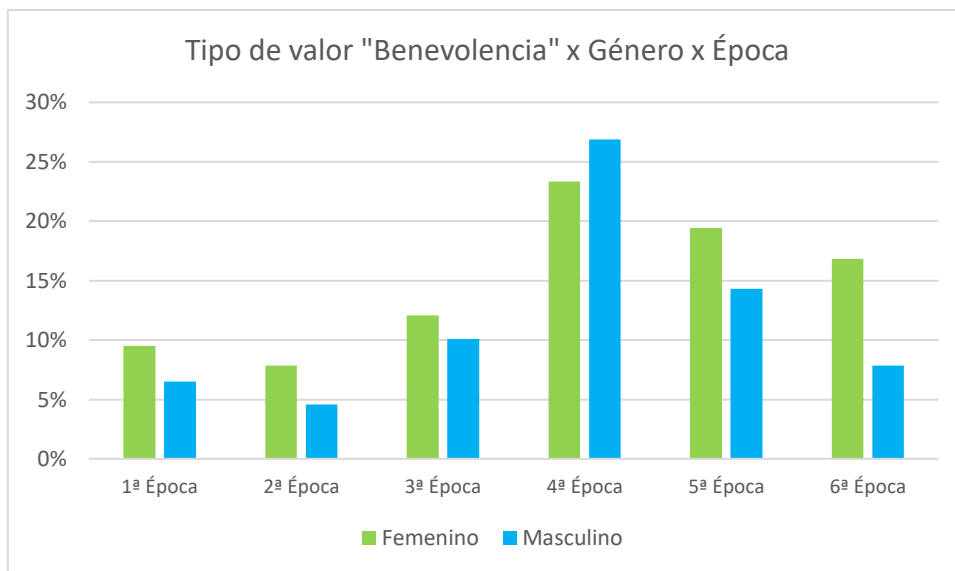
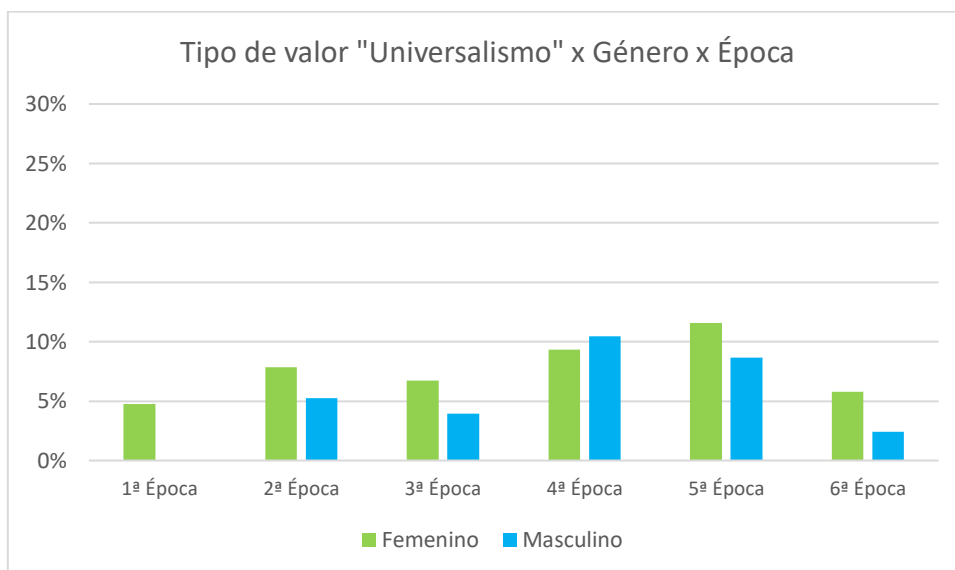


Gráfico 6.13.2



El conjunto de *Self-Transcendence* muestra tendencias parecidas entre los géneros, con un predominio general del uso de los personajes de género femenino sobre el uso por los personajes masculinos, con la excepción de la cuarta época, cuando también se observa un aumento muy pronunciado, para luego haber una caída más suave hasta la sexta época (aunque con un ligero aumento del universalismo por parte de los personajes de género femenino en la 5ª época). Refleja fielmente la evolución y la distribución – por género – de los dos valores que la componen, tanto la benevolencia (mucho más utilizada por ambos géneros) como el universalismo (con cambios más sutiles). Sin duda, lo más llamativo sale de esa cuarta época, con el único caso de predominio masculino sobre femenino, además para ambos valores.

En dicha época, se observan varios casos de protagonistas huérfanos, tanto femeninos como masculinos y esto, sin duda, esto influye en los deseos que reflejan la seguridad, la benevolencia y el universalismo. La benevolencia aparece como valor principal con la solista (femenina) en off en la 55, de *Los Rescatadores*, Nora, en la 134B y la 138D, de *Pedro y el dragón Elliot*, la Viuda Tweed, en la 57A y B, de *Tod y Toby*, Jennifer, en la 63, de *Oliver y su pandilla*, Rufus, en la 53A, de *Los Rescatadores* y Dodger, en la 60, de *Oliver y su pandilla*. Por otra parte, el universalismo lleva el mayor peso como valor principal con Nora y Lampie, en la 139B y C, de *Pedro y el dragón Elliot*.

#### 6.4.1.3 Evolución por tipo de valor "Openness to Change":

Gráfico 6.14

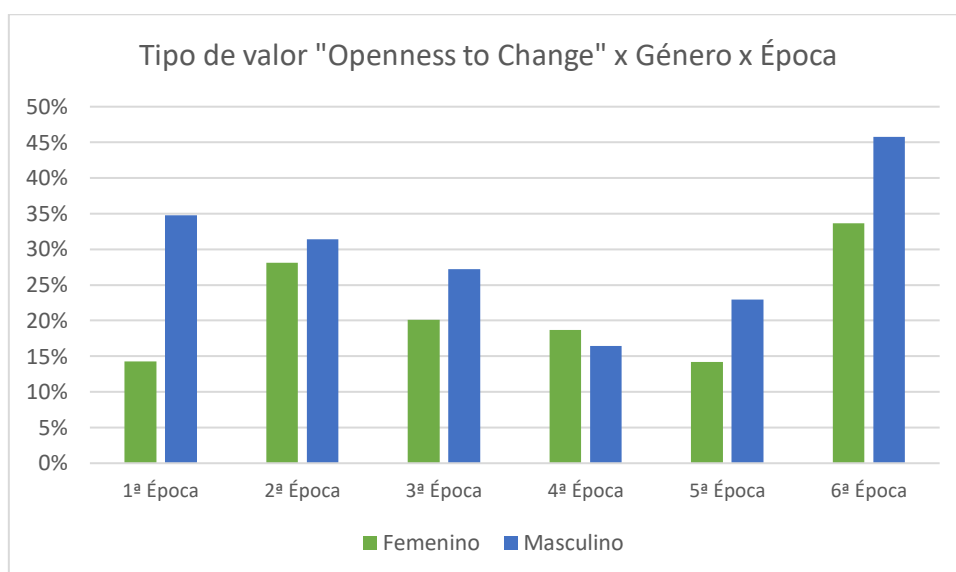


Gráfico 6.14.1

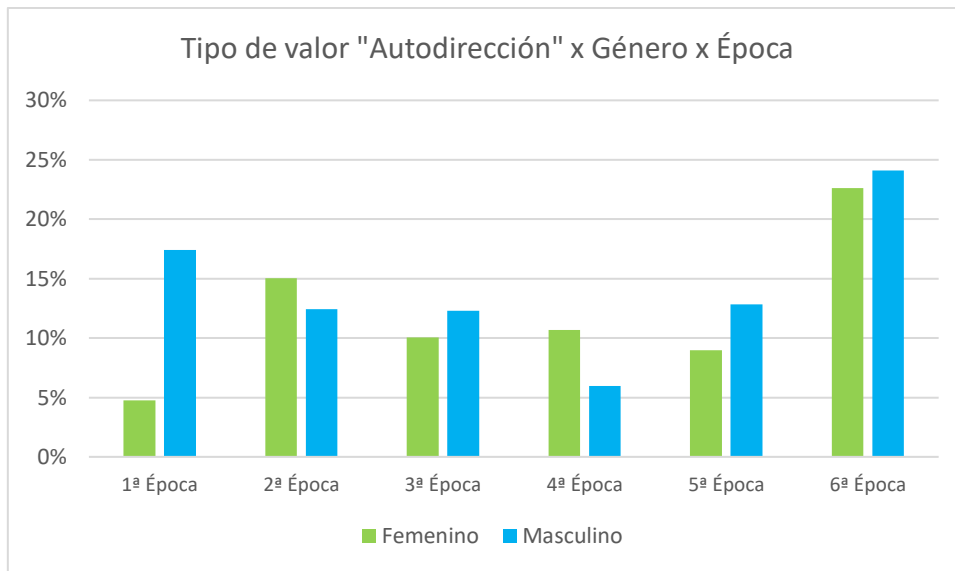
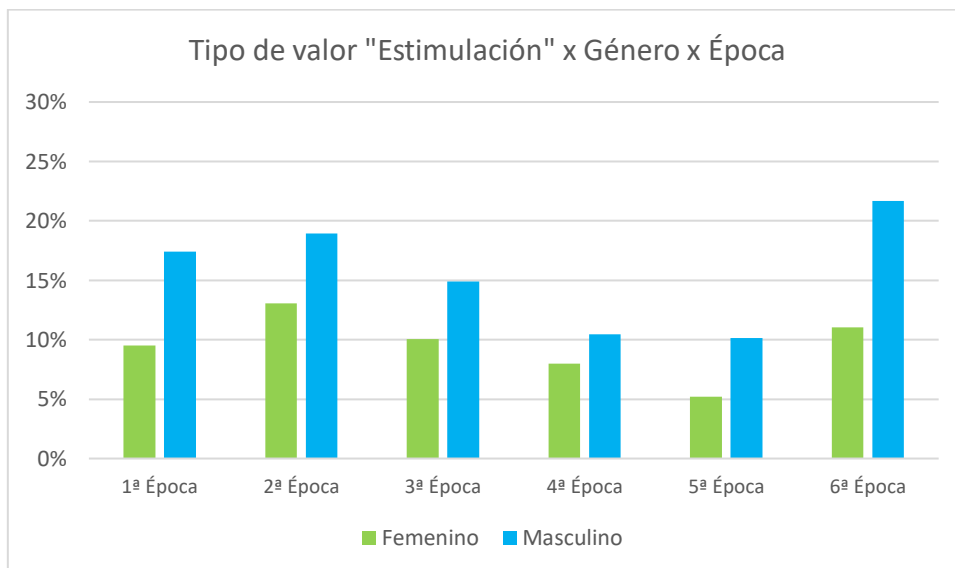


Gráfico 6.14.2



La agrupación de *Openness to Change* muestra una evolución ligeramente diferente entre los géneros en general y también para el valor de la autodirección. En el caso de los personajes de género masculino, se empieza con un uso más elevado de la autodirección, seguido por una tendencia decreciente hasta el punto más bajo en la cuarta época y, luego un aumento fuerte hasta llegar a un pico en la 6ª época. Los personajes de género femenino empiezan con el nivel más bajo del uso de la autodirección (de todas las épocas y de entre los dos géneros) y, a continuación, experimenta un aumento muy notable, para seguir la misma evolución que en el caso masculino, con una época de retraso, llegando también a su nivel más alto en la sexta época. El contraste al principio puede deberse al hecho de que en tres de los cuatro casos femeninos en la 1ª época, se expresan deseos más

relacionados con los aspectos más de “Conservation” del amor, reflejando – como valores principales – la seguridad (en los dos casos de *Blancanieves*, en la 1A y la 2, de *Blancanieves y los siete enanitos*), la estimulación (las marionetas, en la 5B, de *Pinocho*) y la benevolencia (la Señora Jumbo, en la 6, de *Dumbo*). En ninguno de los casos masculinos de dicha época se observa un valor principal entre los de “Conservation”; en cambio, hay uno de logro (el Príncipe, en la 1B, de *Blancanieves y los siete enanitos*), uno de benevolencia (Geppetto, en la 3, de *Pinocho*), uno de estimulación (Pinocho, en la 4B, de *Pinocho*) y uno de autodirección (también Pinocho, en la 5A, de *Pinocho*), obviamente, los dos primeros pertenecientes a deseos relacionados con el amor y, los últimos dos pertenecientes a *Openness to Change*.

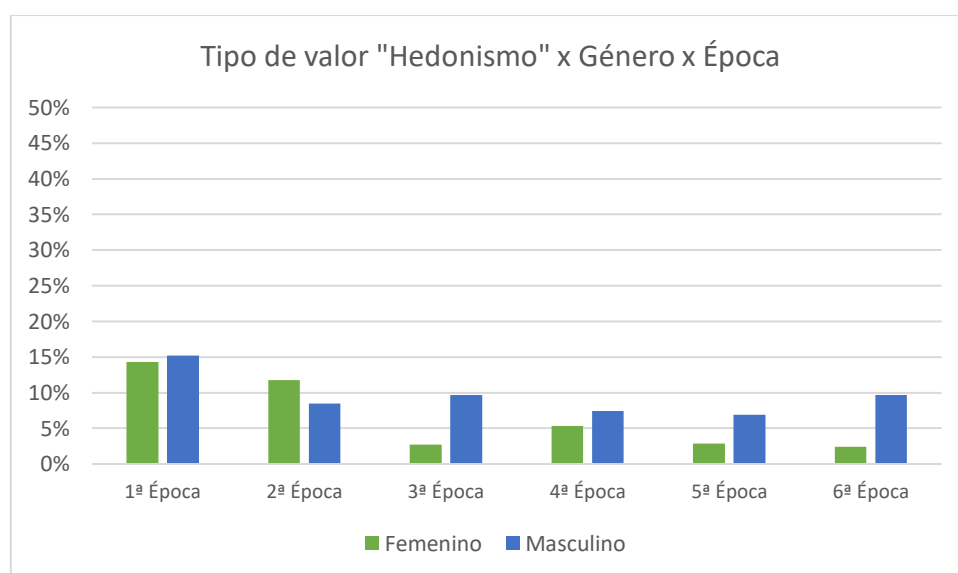
Destaca también el pico que alcanza el uso de la autodirección, por ambos géneros, en la 6ª época. Si bien en la 5ª época, se observan cambios en los deseos en sí hacia uno mismo – en ambos géneros – no es hasta esta última época que se aprecia un cambio correspondiente en los valores que expresan. De los 19 casos femeninos y los 15 casos masculinos en dicha época, cinco y tres, respectivamente, emplean la autodirección como valor principal (más los que lo reflejan de manera no principal). Éstos incluyen a la solista femenina, en la 110, de *Bolt*, Rapunzel, en la 115, la 117 y la 118A, de *Enredados*, Elsa, en la 128, de *Frozen: el reino del hielo*, el solista masculino, en la 109, de *Descubriendo a los Robinsons*, el coro de rufianes en la 118D, de *Enredados* y Olaf, en la 129, de *Frozen: el reino del hielo*.

En el caso del valor de la estimulación, ambos géneros siguen una evolución muy parecida, creciente en las dos primeras épocas, seguida por un descenso gradual hasta la quinta época y, al final, un aumento notable en la 6ª, para ambos géneros doblando los porcentajes alcanzados en la época anterior. Con el valor de la estimulación, hay un predominio claro de los personajes de género masculino sobre el femenino a lo largo de todas las épocas. Resulta interesante ver la evolución en el uso de este valor justo entre las dos últimas épocas. De hecho, en la quinta época, de entre 27 casos femeninos y 33 casos masculinos, la estimulación sólo aparece como el valor principal dos veces para cada género: Bella, en la 66A, de *La bella y la bestia*, Nala, en la 76B, de *El rey león*, Smith, en la 82C, de *Pocahontas* y Koda, en la 103, de *Hermano oso*. En esta época, llevan bastante más peso los valores de seguridad y benevolencia, y prácticamente todos los demás valores (salvo el poder y el hedonismo) entre los personajes de género femenino, y logro, benevolencia, e incluso autodirección y seguridad entre los personajes

de género masculino. En la época siguiente, para los personajes femeninos, no aumenta la proporción de canciones con este valor principal (sólo una, de 19 casos: Anna, en la 126A, de *Frozen: el reino del hielo*), pero aparece con cierto peso en varias otras canciones; mientras para los personajes masculinos, sí que se observa un aumento en su uso como valor principal, en cuatro de 15 casos: con el rufián con garfio, en la 118B, de *Enredados* y, Winnie the Pooh, Tigger y, de nuevo, Winnie the Pooh, en la 122, la 123 y la 124, de *Winnie the Pooh*.

#### 6.4.1.4 Evolución del valor “Hedonismo”:

Gráfico 6.15



El valor del hedonismo lleva un peso relativamente bajo a lo largo de las seis épocas, aunque llega a acercarse al 15% en la primera, lo cual resulta interesante. No se presenta como valor principal para ninguna de las canciones de dicha época, para ninguno de los géneros, pero sí que acompaña los dueños relacionados con el amor y el deseo de disfrutar de una mejor condición o de ser como otro. Estos ejemplos proceden de Blancanieves y los siete enanitos y de Pinocho. Los niveles registrados de hedonismo en la 2ª época también se asocian, en parte, a deseos relacionados con el amor, o con disfrutar del amado. En esta época, se observan dos casos – uno femenino y otro masculino – del hedonismo como valor principal y, sorprendentemente, no de los villanos: Peggy, en la 21, de *La Dama y el Vagabundo* y, los cantantes, en la 8, de *Los tres caballeros*.

#### 6.4.1.5 Evolución por tipo de valor “Self-Enhancement”:

Gráfico 6.16

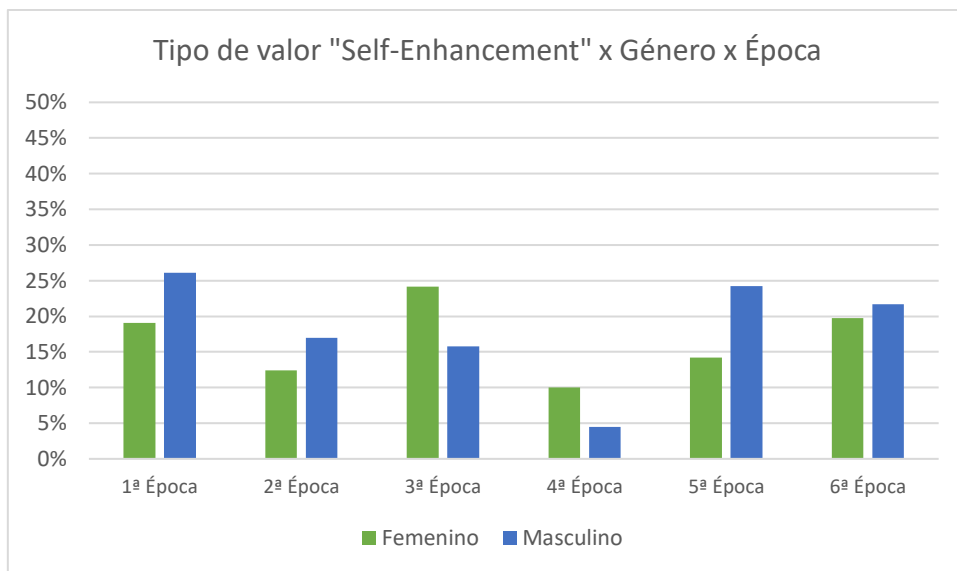


Gráfico 6.16.1

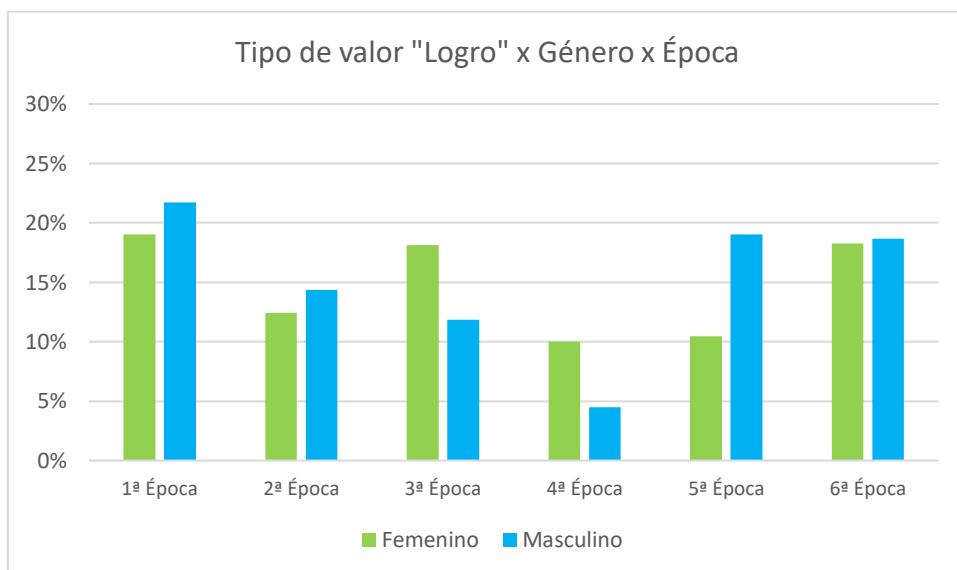
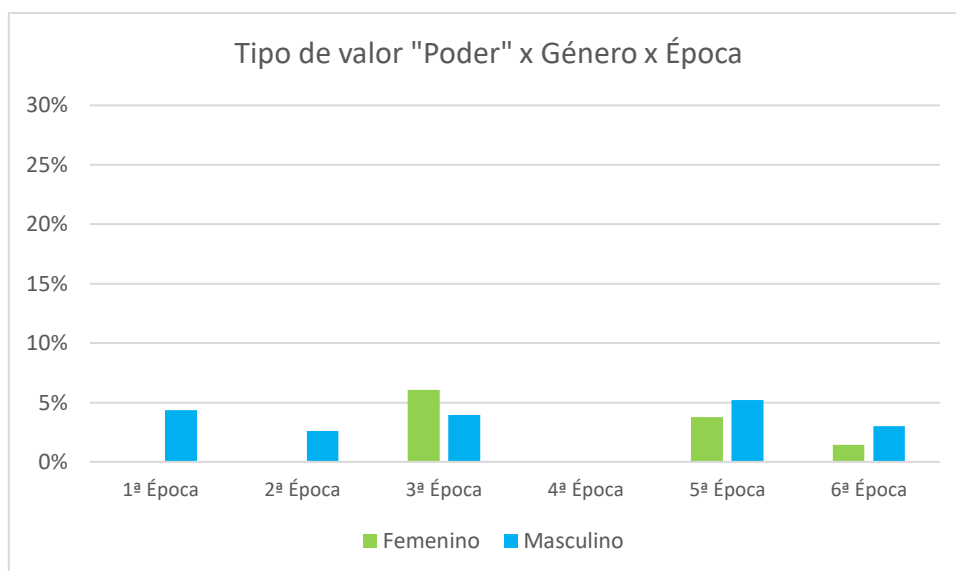


Gráfico 6.16.2



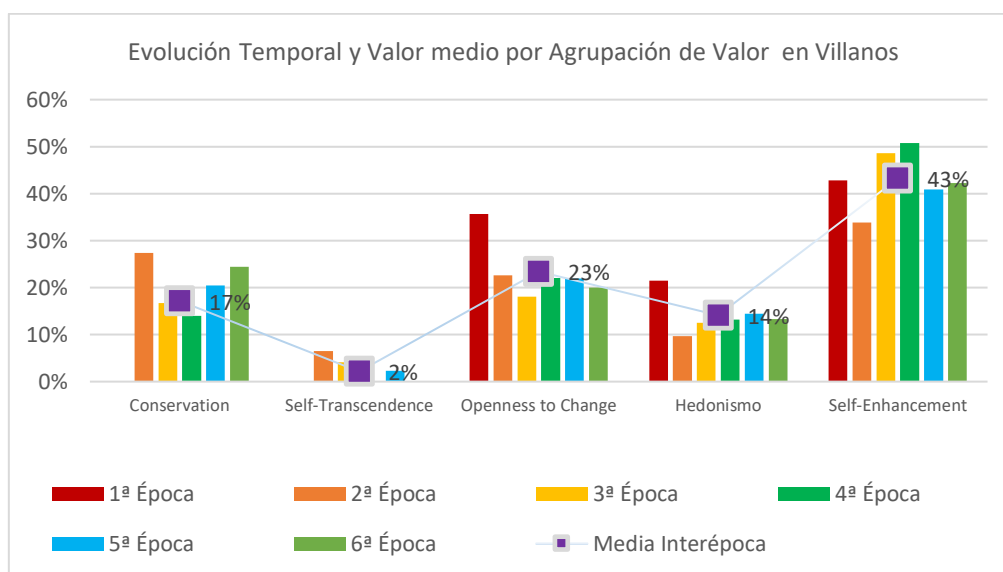


Dado el escaso uso del valor del poder por ambos géneros a lo largo de las seis épocas, la agrupación de valores de *Self-Enhancement* (logro y poder) supone un fiel reflejo de la evolución de los dos géneros en el uso del logro, además de un reflejo del predominio por género en cada época. Sólo en la 3ª y la 4ª época, el uso por los personajes femeninos supera al uso por parte de los personajes masculinos. También es cierto que, en dichas épocas, se aprecian los porcentajes más bajos en el uso masculino, mientras los niveles más bajos entre los personajes femeninos se registran en la 4ª y la 5ª época. Destaca que los máximos los alcanzan ambos géneros en la 1ª época, seguidos por la 3ª y la 6ª para las féminas y la 5ª y la 6ª entre los masculinos. Esto se atribuye en parte a los valores relacionados con el amor y con la agrupación de *Openness to Change*, que a menudo se asocian también con el logro. Aunque Blancanieves, en la 1A y la 2, de *Blancanieves y los siete enanitos*, emplea el valor principal de la seguridad, también lleva un peso elevado el valor del logro; su Príncipe, en la 1B, que también expresa su amor, expresa el logro como valor principal. En la 3ª época, casi sorprenden los usos de un peso elevado del valor del logro entre los personajes de género femenino, con la Sra. Banks, en la 27, de *Mary Poppins* (con el valor principal del universalismo), la niña del pueblo, en la 40, de *El libro de la selva* (con la tradición de valor principal), Marie, en la 42A, de *Los Aristogatos* (también con la tradición de valor principal) y luego la Srta. Price, en la 46A y la 47, de *La bruja novata*. Destaca mucho el repunte en el uso por parte de los personajes masculinos en la 5ª época, con una lista larga de canciones con el empleo del logro como valor principal (con 14 de las 33 canciones de cantantes masculinas de esa época): los aldeanos, Lumière y el solista en off que representa a la Bestia, en la 67B, la 68A y la

69B, respectivamente, de *La bella y la bestia*, el genio en la 73, de *Aladdín*, el coro de colonos y luego, Wiggins y el mismo coro, en la 79 y la 82B, de *Pocahontas*, Quasimodo, en la 85A, de *El jorobado de Notre Dame*, Hércules y Fil, en la 86 y la 87, de *Hércules*, Li Shang, en la 92A, de *Mulán*, el solista en off que representa a Tarzán, en la 95, de *Tarzán*, el solista en off que representa a Jim, en la 98, de *El planeta del tesoro* y, el solista en off que representa a Chicken Little y, luego Chicken Little, en la 106 y la 107, de *Chicken Little*. También destaca el hecho de que menos de la mitad de estas canciones (la 69B, la 85A, la 92A, la 98 y quizás, la 106 y la 107) lleva un deseo relacionado con el amor. De nuevo, esto no incluye las demás canciones, muchas de las cuales llevan algo del valor del logro también. Entre los personajes de género femenino en la sexta época, se observa otro aumento tan pronunciado en el uso del valor del logro. Sin embargo, en este caso, son pocos los casos del logro como valor principal y, lo que resulta más interesante todavía es que ninguno de esos casos lleva un deseo relacionado con el amor. Es cuando el valor principal es otro, que se trata de deseos de amor, como con Rapunzel, en la 120A y la 121A, de *Enredados* (mostrando y seguridad) o Anna, en la 127A, de *Frozen: el reino del hielo* (mostrando también seguridad).

#### 6.4.1.6 Evolución de los deseos según la escala de valores en villanos

Gráfico 6.17



Como era de esperar, la distribución de los valores expresados por los villanos en los “Clásicos” de Disney difiere bastante de los expresados por los héroes/buenos y personajes neutros, a lo largo del tiempo. Mientras las agrupaciones de *Conservation*,

*Openness to Change* y *Self-Transcendence* llevan el mayor peso entre los personajes “buenos” de género femenino y masculino, es la agrupación de *Self-Enhancement* la que más peso lleva entre los villanos. Aun así, no debemos olvidar, ni la importancia de la agrupación de *Openness to Change*, tanto para buenas y buenos como para malos, ni el peso significativo que lleva el valor específico del logro (dentro de *Self-Enhancement*), también para todas y todos, a lo largo del tiempo.

6.4.1.6.1 Evolución por tipo de valor “Conservation”:

Gráfico 6.17.1

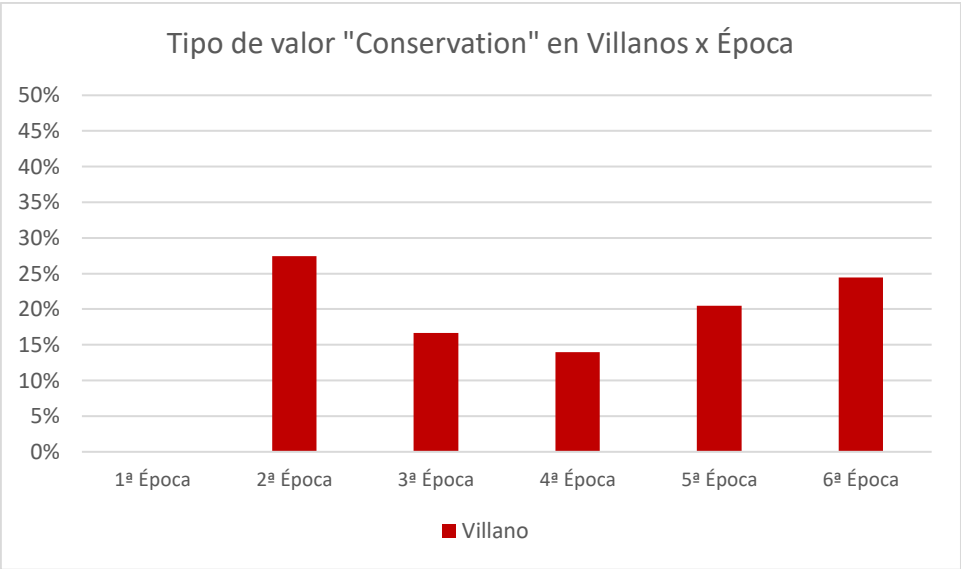
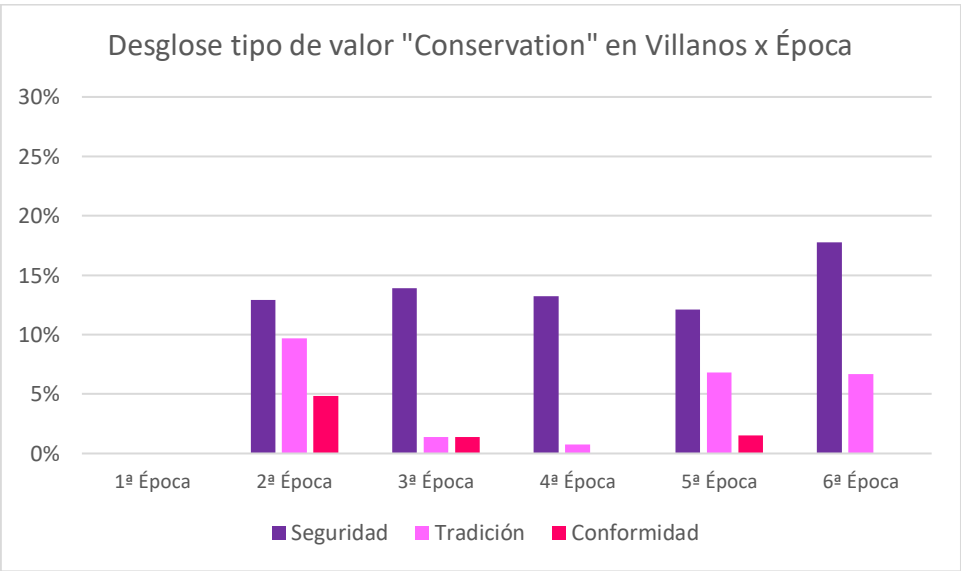


Gráfico 6.17.1.1



La agrupación de la *Conservation* entre los villanos muestra un comienzo elevado con pico en la 2ª época, seguido por una tendencia decreciente hasta la cuarta época y otra creciente a partir de allí. Seguramente lo más llamativo es el peso del valor de la seguridad, dentro de este grupo, que ronda el 15% de media, con una evolución relativamente estática, aunque con un pico justo en la 6ª época. Dicho valor de la seguridad pocas veces aparece como valor principal en las canciones cantadas por los villanos; sin embargo, puede llevar bastante peso como motivación secundaria: la propia seguridad o la de otro personaje. Esto puede parecer contradictorio en el caso de los villanos, a los que se le suele atribuir deseos y valores más acordes con la maldad, pero efectivamente, en la segunda época, por ejemplo, se observan varios casos en los que la seguridad lleva bastante peso: el Capitan Garfio, Smee y el coro de piratas, en la 19A, B y C, de *Peter Pan*, aunque muestran los valores de poder, benevolencia y hedonismo, respectivamente, también muestran niveles altos del valor de la seguridad (para sí mismo, en el primer caso y, para otro, en el segundo y el tercero). Ocurre algo parecido en la 6ª época, cuando la Madre Gothel, en la 114A y la 116, de *Enredados*, muestra como valores principales el logro y el poder, respectivamente, pero también vela por su propia seguridad, al igual que Hans, en la 127B, de *Frozen: el reino del hielo*, que como valor principal busca poder, pero lleva otra motivación que es su seguridad.

#### 6.4.1.6.2 Evolución por tipo de valor “Self-Transcendence”:

Gráfico 6.17.2

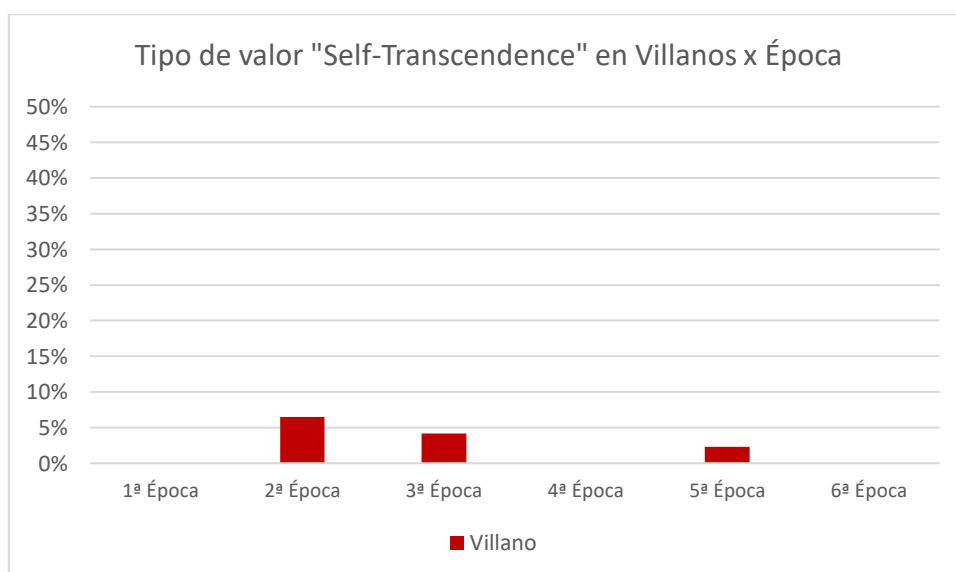
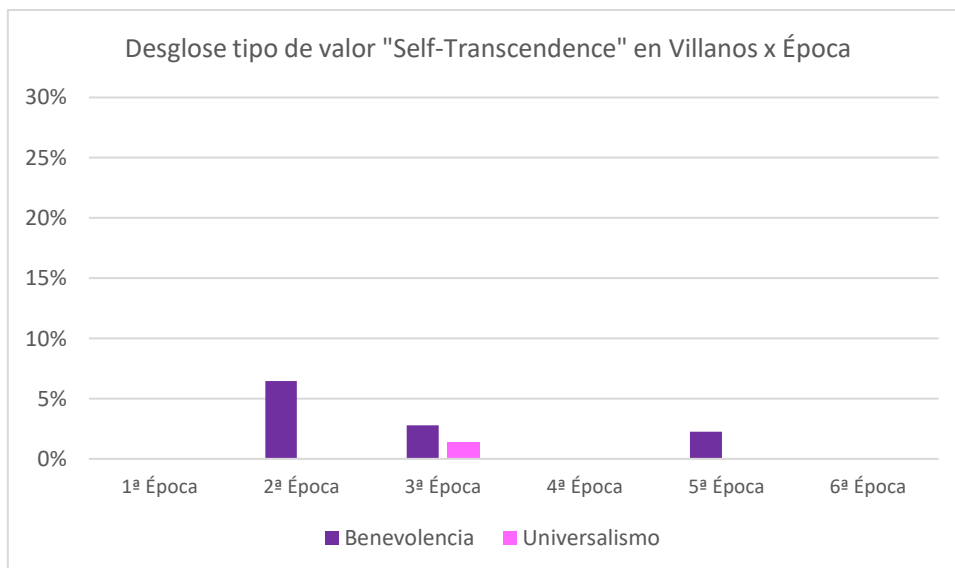


Gráfico 6.17.2.1



No resulta en absoluto sorprendente el uso escaso de los villanos de los valores de *Self-Transcendence*, con una media del 2% de todas las agrupaciones. Sólo en la segunda época supera el 5%, y eso se debe al nivel alto de benevolencia – de hecho, es el valor principal – expresado por Smee, en la 19B, de *Peter Pan*, al mostrar que desea proteger a su jefe del peligro de un posible ataque por parte del cocodrilo. En la 3ª época, aparece el único caso observado de universalismo de parte de un villano, cuando Édgar les prepara a los gatitos una leche especial (con somníferos), en la 41, de *Los Aristogatos*. Pudiendo deshacerse de ellos de manera mucho más violenta, muestra benevolencia y universalismo (aunque con niveles bajos) con esta acción. Se parece al ejemplo de Kaa, en la 39, de *El libro de la selva*, que muestra benevolencia cuando hipnotiza a Mowgli antes de intentar comérselo. El último ejemplo se observa en la 5ª época, con Le Fou, en la 67A, de *La bella y la bestia*, cuando muestra un nivel alto de benevolencia al intentar animar a su amigo, aunque sea interesadamente.

#### 6.4.1.6.3 Evolución por tipo de valor “Openness to Change”:

Gráfico 6.17.3

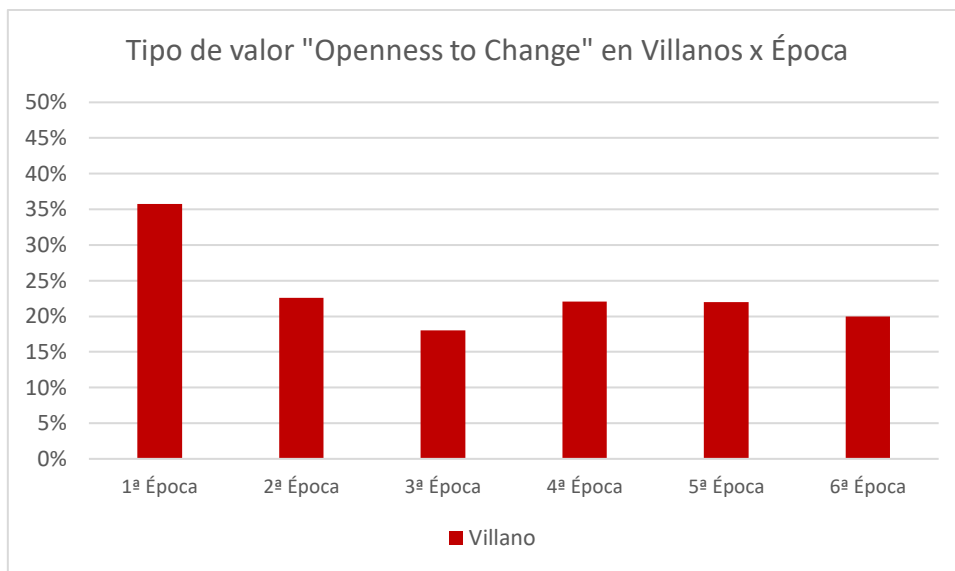
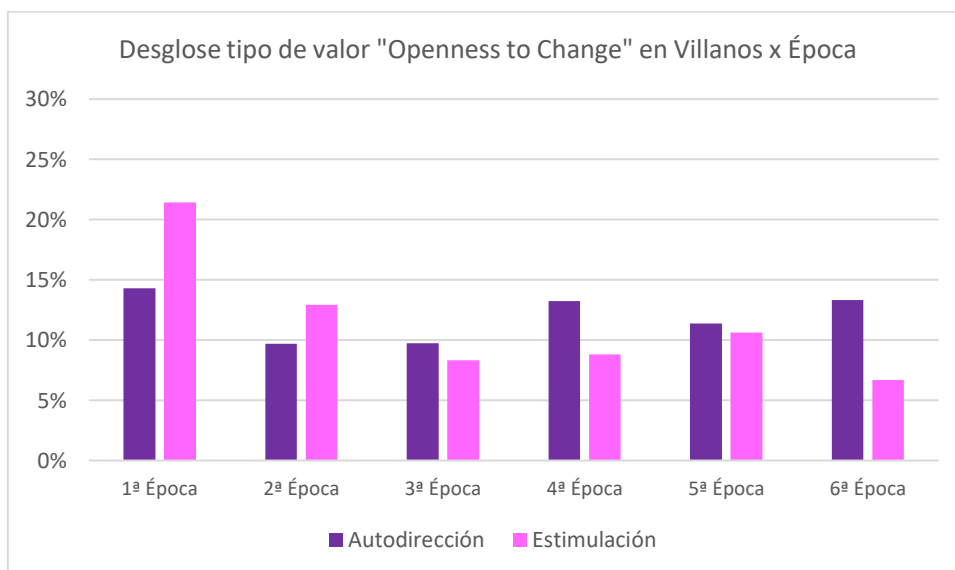


Gráfico 6.17.3.1

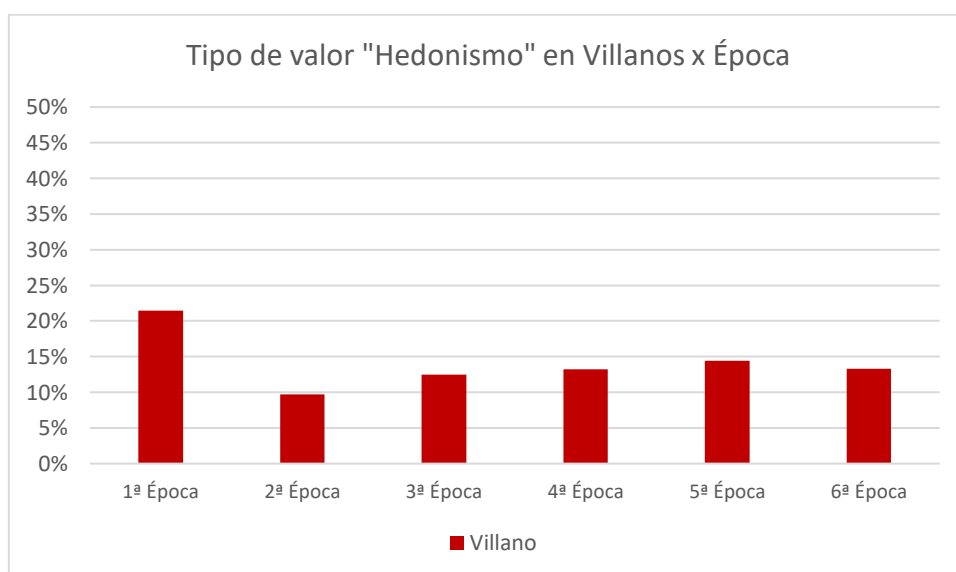


Para la agrupación de *Openness to Change*, destaca primero el máximo alcanzado por ambos valores (autodirección y estimulación) en la 1ª época y, segundo, la progresiva caída de la estimulación, ante la evolución bastante estática (con una media de un poco más del 10%) de la autodirección, a lo largo de los años. Resulta de esperar el peso relativamente alto de esta agrupación entre los villanos, para acompañar al hedonismo y a *Self-Enhancement*. Puede ser de interés ver esa 1ª época, pero también es necesario constatar que sólo hay un ejemplo de un cantante villano para la muestra de dicha época: con el deseo de sacar beneficio de otro, el Honrado Juan, en la 4A, de *Pinocho*, que muestra niveles altos de poder, estimulación y hedonismo y, niveles medios de logro y autodirección, el valor principal siendo el poder. Es un villano de los menos desarrollados,

mostrando sólo los valores que se le atribuiría por su condición de “malo”. También llama la atención la caída final en el uso de la estimulación, por parte de los villanos en la 6ª época. Esto se observa por la ausencia de dicho valor en el deseo de Hans, en la 127B, de *Frozen: el reino del hielo* y, por los niveles bajo y medio exhibidos por la Madre Gothel, en la 114A, y la 116, de *Enredados*. En ninguno de estos casos, aparece como valor principal; en cambio, para estos personajes, son los valores de *Self-Enhancement* los más representados por sus deseos. De todas formas, tanto en el caso del caso único de la 1ª época, como en los tres casos de la última época, el deseo expresado es el mismo: aprovecharse de otros. Lo que ha cambiado son los valores (o la distribución de ellos) que representa dicho deseo, lo cual tiene un significado social de gran interés.

#### 6.4.1.6.4 Evolución del valor “Hedonismo”:

Gráfico 6.17.4



Muy poco utilizado por los demás personajes, el hedonismo mantiene una media del 14% con el paso del tiempo, con un solo caso superando este peso: en la 1ª época. De nuevo, nos referimos al Honrado Juan, en la 4A, de *Pinocho*. En el resto de las épocas, se mantiene bastante estable, sin grandes altibajos. Resulta más llamativo el uso del valor del hedonismo por parte de los personajes buenos – bastante poco frecuente – que el uso por los malos.

#### 6.4.1.6.5 Evolución por tipo de valor “Self-Enhancement”:

Gráfico 6.17.5

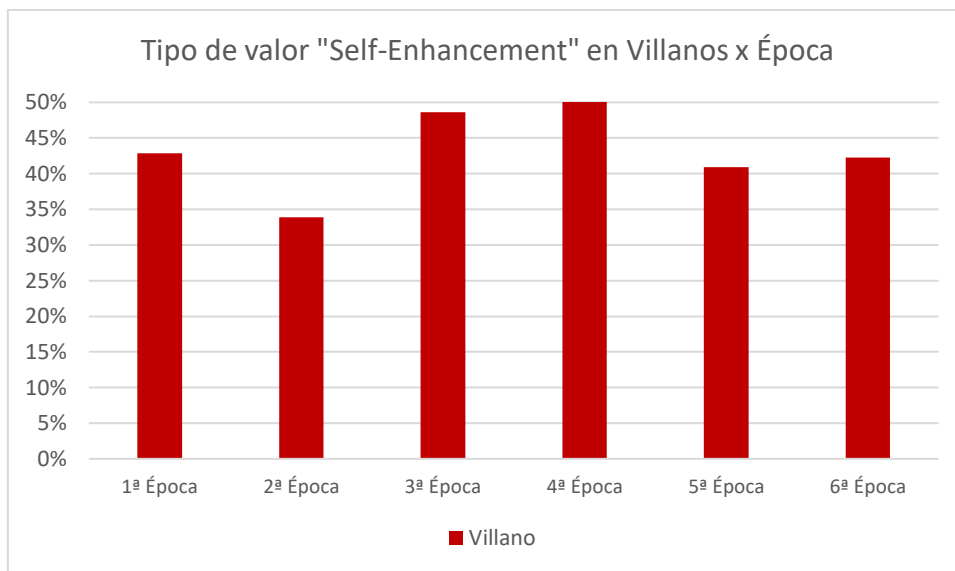
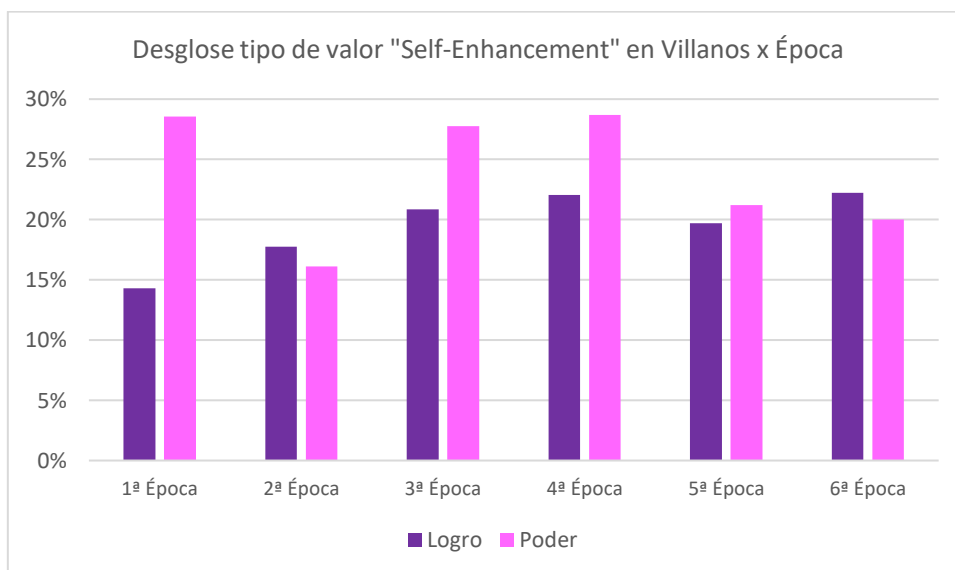


Gráfico 6.17.5.1



Los valores de *Self-Enhancement* (logro y poder) llevan un predominio muy claro entre las canciones de los villanos, con una sola época – la segunda – por debajo del 40%. A diferencia de los personajes buenos, dentro de esta agrupación, el poder supera por bastante al logro. Esto es así, salvo en la 2ª y la 6ª época, cuando esta relación se invierte (y la quinta, cuando el nivel de predominio del poder sobre el logro disminuye). Destacan los picos en el uso del poder en la 1ª, 3ª y 4ª época, con bajadas bastante drásticas entre ellas, en contraste con el aumento gradual en el uso del logro (salvo una ligera bajada en la quinta época). El caso único en la 1ª época es difícil de comparar. Sin embargo, en la 3ª y la 4ª época, donde la agrupación alcanza sus máximos, las muestras son más grandes y ricas en información. En la 3ª época, por ejemplo, todas las canciones de los villanos



llevan un nivel alto de logro, tres de ellos con el logro como valor principal: el Sr. Dawes y compañía, en la 34, de *Mary Poppins*, Kaa, en la 39, de *El libro de la selva* y Edgar, en la 41, de *Los Aristogatos*. Los otros casos de villanos llevan el poder como valor principal: Madame Mim, en la 26, de *Merlín, el encantador* y el Rey Louie, en la 38, de *El libro de la selva*. En la cuarta época, se observa un predominio de los mismos valores, aunque con una muestra del doble el tamaño del periodo anterior y, con un par de diferencias ligeras. Por otra parte, mientras el valor principal más empleado en la 3ª época es el logro, por delante del poder, en la cuarta época, el logro es el valor principal en un solo caso: el de Slade, en la 56, de *Tod y Toby*, mientras prácticamente todos los demás villanos muestran el poder como valor principal, con la excepción de Georgette en la 62, de *Oliver y su pandilla*, que expresa más el hedonismo.

## 6.5 Evolución del estilo de comunicación

Gráfico 6.18.1

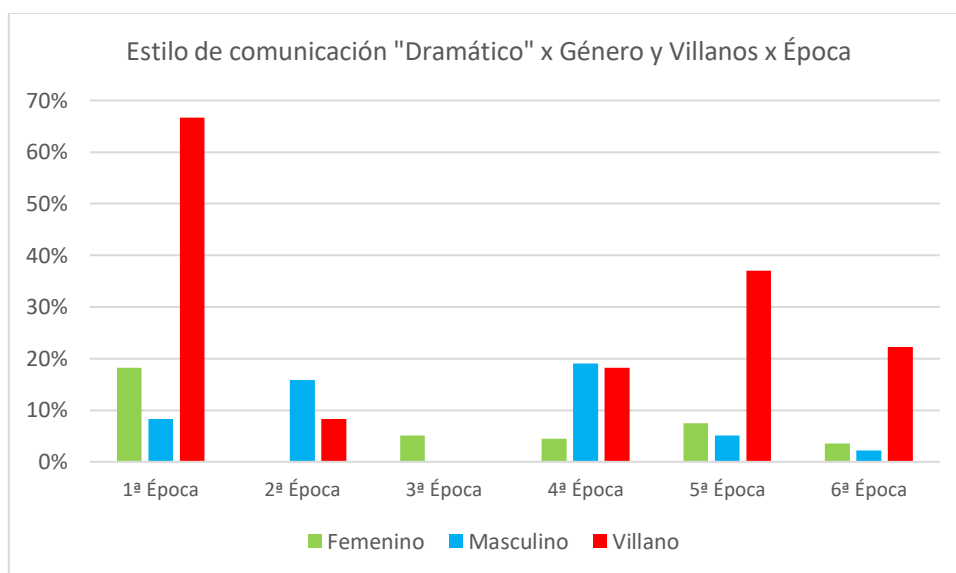


Gráfico 6.18.2

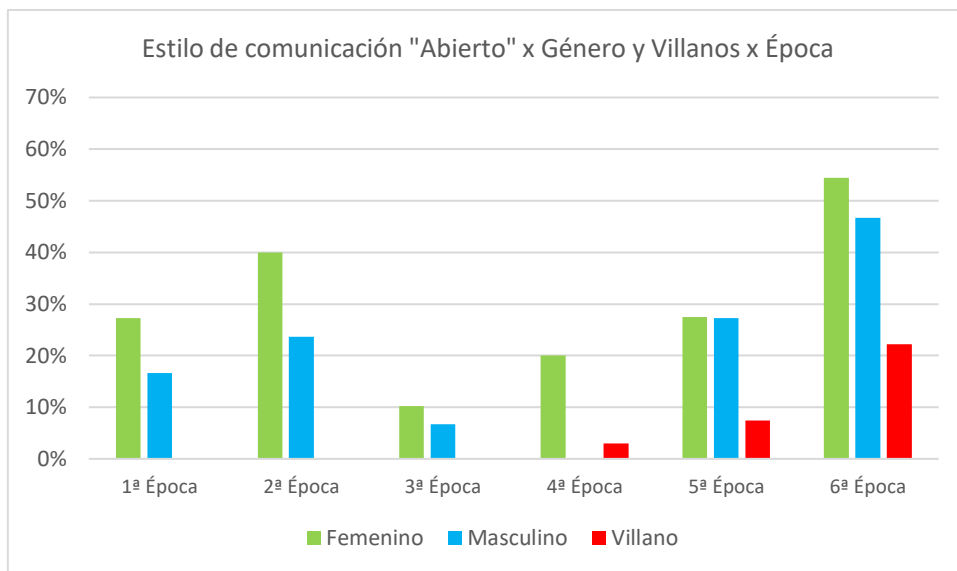


Gráfico 6.18.3

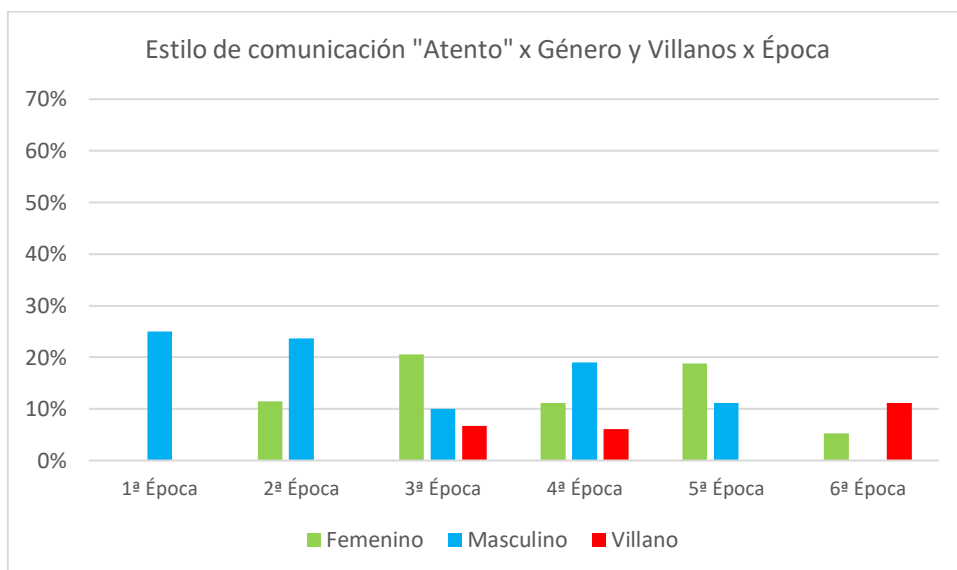


Gráfico 6.18.4

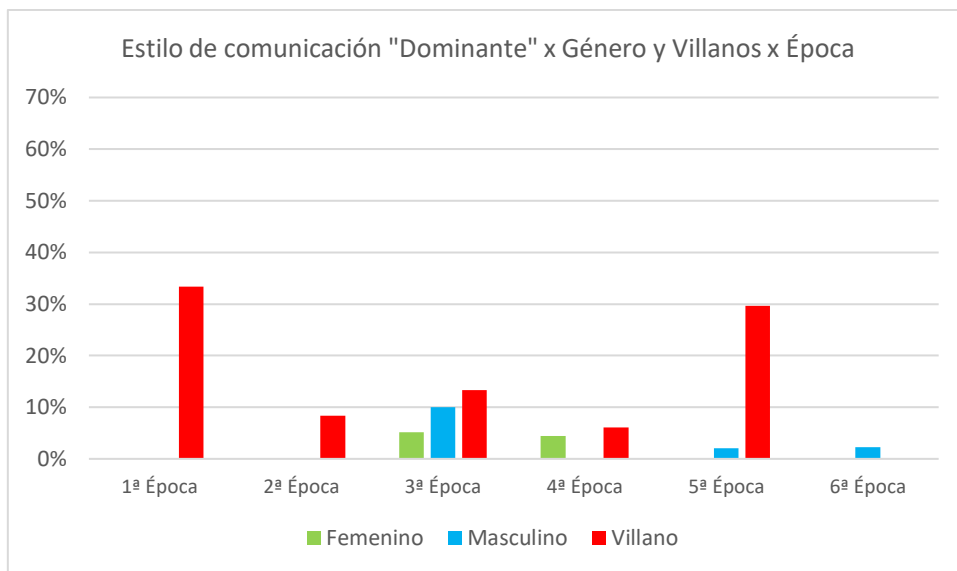


Gráfico 6.18.5

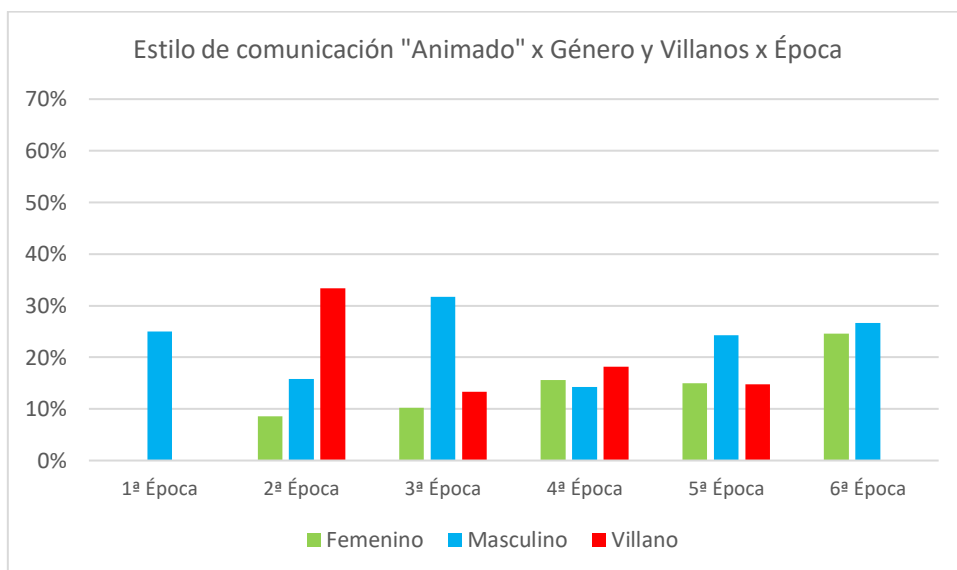


Gráfico 6.18.6

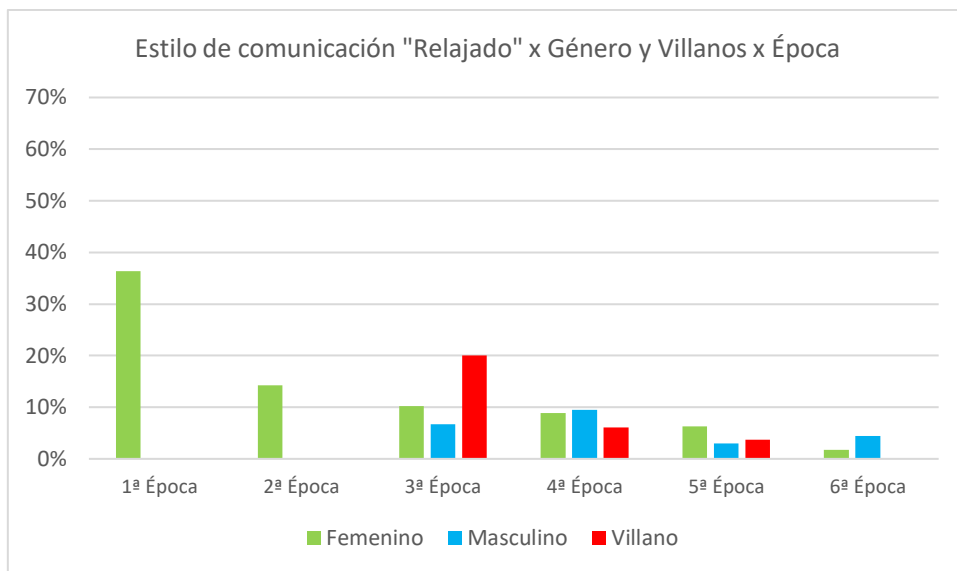


Gráfico 6.18.7

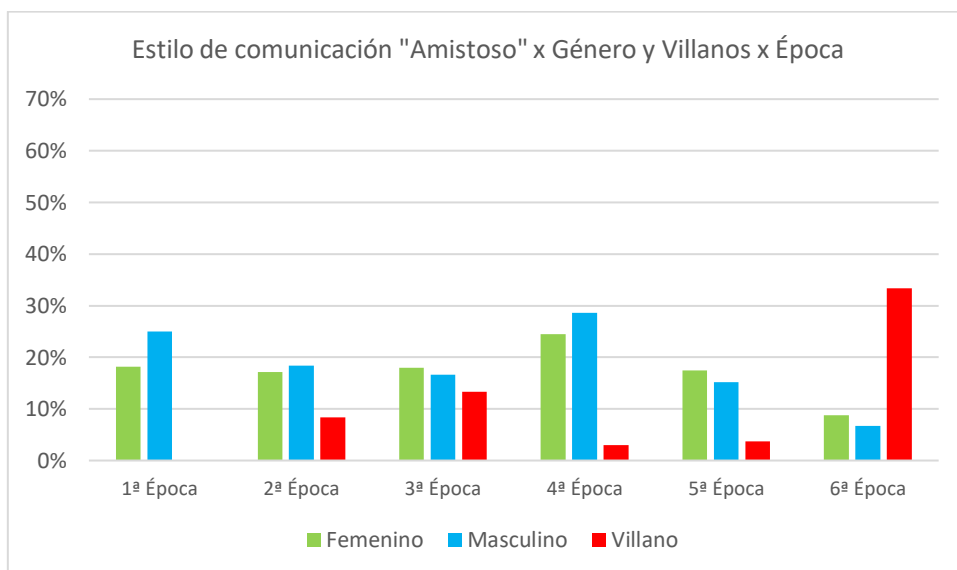


Gráfico 6.18.8

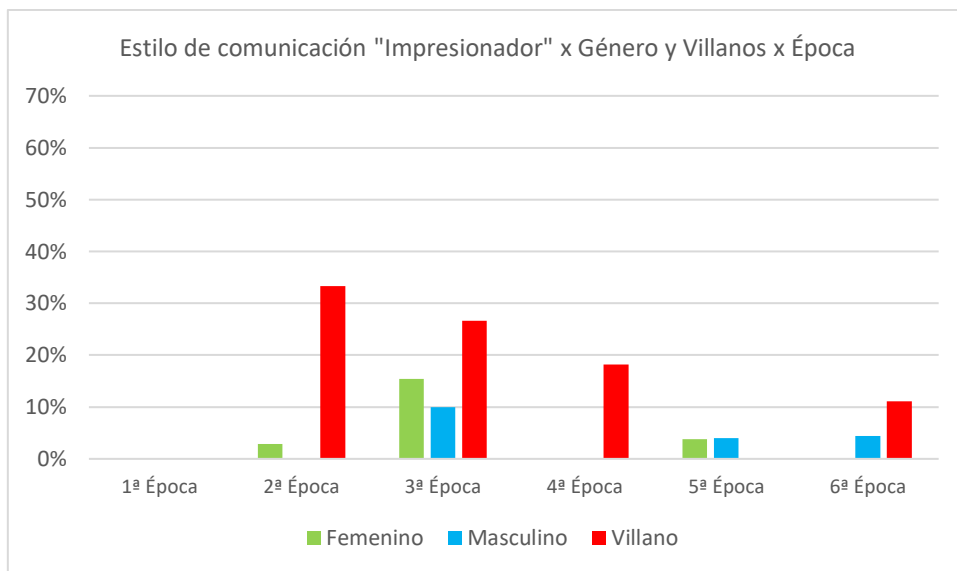


Gráfico 6.18.9

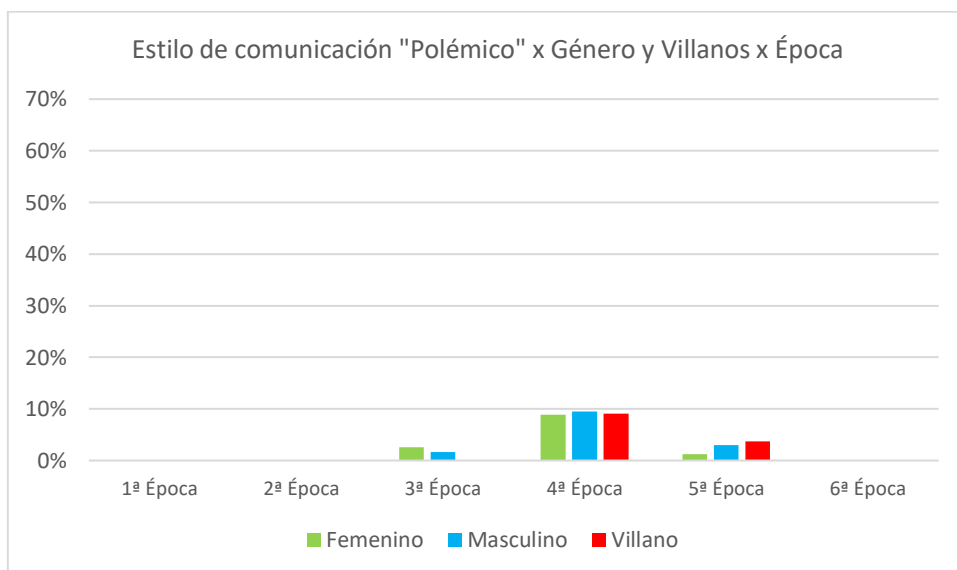
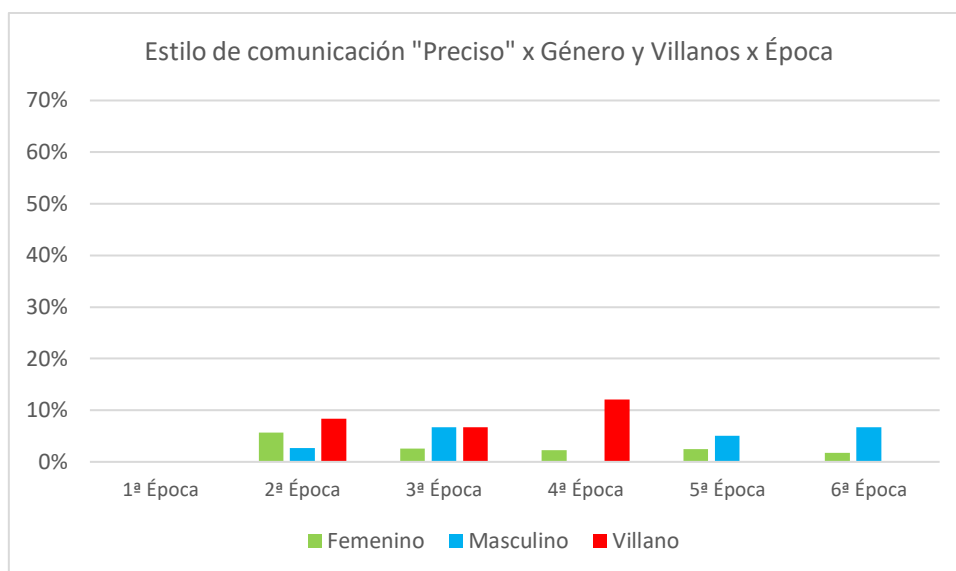


Gráfico 6.18.10



Respecto a los estilos de comunicación, se observan tanto predominios de cierto género o de bueno o malo en algunos estilos, como tendencias que cambian con el tiempo y evoluciones dispares entre los distintos grupos estudiados. Por ejemplo, hay estilos con un predominio femenino generalizado, como el abierto o el relajado (este último, que va en descenso); el predominio masculino se aprecia en los estilos atento y animado; los villanos predominan en los estilos dramático, dominante, impresionador y preciso. Luego, también se observan estilos con una distribución más igualada entre los dos géneros o entre los dos géneros y los villanos: como el amistoso y el polémico.

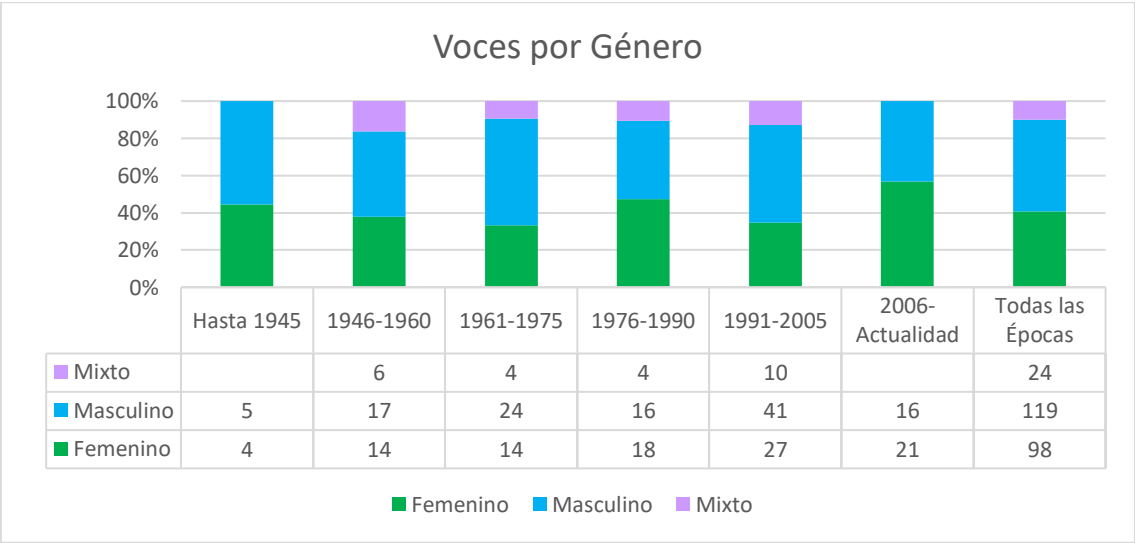
Si en los subcapítulos dedicados a las épocas individuales hemos observado las tendencias observadas dentro de cada una, por género, aquí presentamos lo destacable, desde una perspectiva global. Por ejemplo, se aprecia que, en la 6ª época, dentro del estilo abierto, los tres grupos – femenino, masculino y villano – alcanzan niveles máximos de peso, en comparación con las demás épocas; a la vez, entre los villanos, se dispara el uso del estilo amistoso, muy poco visto en ellos. En la 3ª época, surgen los niveles altos para los personajes femeninos y masculinos en el estilo dominante, muy poco característico en ellos; y en la cuarta época, los tres grupos también ven un uso relativamente alto del estilo polémico. Destaca la caída progresiva del estilo relajado, por parte de los personajes de género femenino, a lo largo de las seis épocas, a la vez que el estilo atento entre los personajes masculinos. Por lo demás, se observan evoluciones más dispares o irregulares, que pueden depender tanto de aspectos de la traducción como de aspectos en el argumento: la presencia o ausencia de interlocutores durante las canciones, o la naturaleza de la relación entre el personaje cantante y los interlocutores (familia, amistad, amor,

negocios...), lo cual no hemos tratado en este estudio, pueden influir notablemente en el estilo de comunicación empleado.

6.6 Protagonismo por género en las canciones

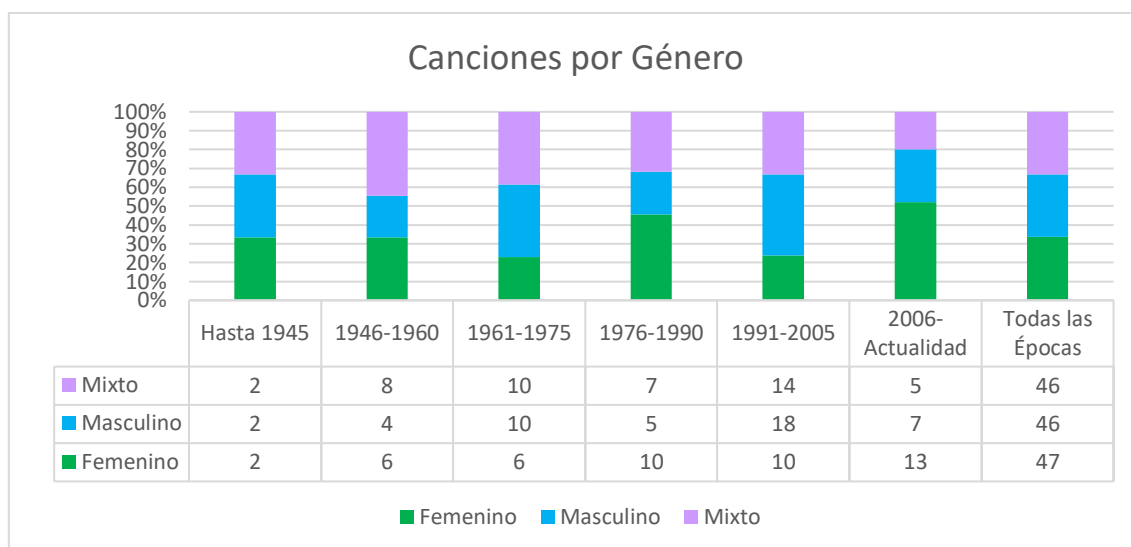
Existe un aspecto de nuestro objeto de estudio que no hemos visto hasta este nivel, porque se trata de muy pocos datos. Sin embargo, nos parece lo suficientemente importante como para incluirlo. Se trata del protagonismo relativo de las voces cantantes, por género, dentro de las canciones, un poco como el test de Bechdel/Wallace, que se usa con el fin de evitar (o identificar) la brecha de género en una representación artística. Hemos realizado un pequeño análisis de los datos sobre todas las voces de todas estas canciones, por género, y hemos encontrado lo siguiente:

Gráfico 6.19



Como se puede apreciar, hay aproximadamente un 20% más de voces masculinas que femeninas en el conjunto de todas las épocas (incluyendo personajes buenos/héroes, personajes neutros y villanos). Sin embargo, esta proporción varía según la época, con porcentajes femeninos mayores en la cuarta época y en la sexta. Esto parece reflejar casos particulares de películas en donde algún personaje en concreto canta más veces, como el padre de *Mary Poppins*, Pedro y los villanos de *Pedro y el dragón Elliot*, Rapunzel de *Enredados* o Anna y Elsa de *Frozen: el reino del hielo*. Lo que resulta todavía más interesante son las canciones en sí, por género.

Gráfico 6.20



Aquí presentamos las canciones enteras por género, en donde aparece el número de canciones con cantantes de género mixto (sean en coro o con dos o más cantantes solistas de distinto género), o con cantantes sólo masculinos (individuales o en coro), o cantantes sólo femeninos (individuales o en coro). Si observamos el total de canciones, resulta tremendamente llamativo el hecho de que son prácticamente iguales las cifras a lo largo de todas las épocas. Por épocas, varían, casi siempre junto con los datos de las voces por género (salvo en la segunda época), lo cual también parece corresponder a protagonismo musical de algunos personajes específicos.

## 6.7 Principales conclusiones y comentario sobre el contexto histórico

Echamos la vista hacia nuestra hipótesis original: que los sueños expresados – más la forma de expresarlos – en las canciones de estas películas han ido cambiando con el tiempo, a la par que han ido cambiando los sueños atribuidos a su joven audiencia en España (tal y como rige la sociedad), todo según la variable de género. A rasgos generales, se podría decir que esta hipótesis se ha mostrado apenas parcialmente correcta. Además, la misma base de la formulación de dicha hipótesis se ha mostrado incorrecta.

Desde una perspectiva extranjera muy ingenua, partimos desde la suposición de cambios muy significativos en la situación de género en España desde la época de la postguerra hasta hoy en día. Lo que hemos averiguado es que, efectivamente, tras las décadas de retroceso de los derechos de las mujeres bajo la dictadura franquista, se han producido mejoras muy notables, pero éstas no han sido todo lo exhaustivas como nos imaginábamos, ni como se han ido presentando. Aunque el gobierno y la ley abogan por la igualdad de género efectiva en España, en los ámbitos legal, social, laboral... en la



práctica, la situación aún dista de dicha igualdad. Algo parecido ocurre con los “Clásicos” de Disney.

La productora evidentemente busca un modelo que atraerá a la máxima audiencia – recordemos que no deja de ser un negocio – y para esto debe presentar personajes con los que se identifique su público e historias que le entretengan. Debe tener en consideración las relaciones sociales contemporáneas y, en los últimos 40+ años, esto implica incorporar personajes que reflejen los cambios acaecidos. Las princesas y demás protagonistas femeninos de los años 90, por ejemplo, se ven aparentemente mucho más asertivas e independientes que sus predecesoras (por ejemplo, Bella, Mulán o Pocahontas, en comparación con Blancanieves, Aurora o Cenicienta); además, empiezan a incorporar protagonistas de distintas razas y culturas. En la actualidad, en casos como *Enredados* o *Frozen: El reino del hielo*, también se observan cambios en la estructura del argumento, poniendo en cuestión la estructura típica presentada anteriormente: en la primera, tanto Rapunzel como Flynn se sacrifican para salvar al otro; en la segunda, revelan que el acto de amor verdadero que salvará a Anna no es un beso de Hans, su “amado” (el amor romántico), sino el sacrificio de Elsa, su hermana (el amor fraternal). Son cambios muy llamativos, evidentes para el público en el mismo visionado de estas películas, pero son superficiales. En el fondo, aunque al principio los personajes femeninos no busquen específicamente el amor romántico, el argumento y las acciones de estas princesas acaban dependiendo de, o girando alrededor de, un personaje masculino que al final desempeña el papel de pareja romántica.

#### 6.7.1 Los deseos y los valores

Durante las primeras tres décadas de la productora desde el estreno de *Blancanieves y los siete enanitos*, se emitían estos largometrajes animados, habitualmente basados en obras de literatura clásica, y reflejando los valores y roles de género tan conservadores tradicionales de Walt Disney, que, a su vez, coincidían con los fomentados por el régimen franquista. Los mayores cambios que observamos durante estas etapas (según nuestro estudio) estaban relacionados con las innovaciones tecnológicas en el cine de animación. Ya bien entrados los años 60, coincidiendo con la muerte de Walt Disney y, poco después, la de su hermano, Roy, se empiezan a apreciar cambios temáticos y actitudinales expresados por algunos personajes. Dichos cambios incluían, por ejemplo, personajes femeninos que buscaban algo otro que el amor romántico (como la Sra. Banks, la sufragista de *Mary Poppins*) y personajes masculinos que mostraban sus emociones con

gran ternura (como Tod y Toby, de *Tod y Toby*, o Pedro, de *Pedro y el dragón Elliot*). Esto cambios en los “Clásicos” reflejaban los cambios sociales (relacionados con el género) que empezaban a coger fuerza en su país de procedencia, EE. UU., y cuya aceptación oficialmente tendría lugar en España con cierto desfase, tras la muerte de Franco en el año 1975 y ya comenzada la transición a la democracia. Luego fue durante el llamado “renacimiento” de Disney en los años 90 cuando se observó cambios notables en los deseos de los personajes, con enfoques menos tradicionales para los personajes de ambos géneros. Para este periodo, parece que se asemeja algo más lo presentado por Disney a la realidad social en España y esto sigue hasta hoy en día.

Curiosamente, sólo en la última época, empezando a principios del siglo XXI, se han empezado a ver cambios también en los valores que corresponden a los deseos expresados (incluso tratando de los mismos deseos que se llevan viendo a lo largo de los años, como los relacionados con el amor). Entre los personajes de género femenino, hay una verdadera inversión, entre los valores de “conservation”, que tradicionalmente eran los más representados y de repente sufren un bajón muy notable, y los valores de “openness to change”, que pegan un repunte formidable; entre los personajes de género masculino, los cambios son parecidos, aunque los deseos de “openness to change” ya sean los más representados por ellos. Esto puede reflejar la consolidación de nuevos roles y expectativas de género que se están generando en el mundo desarrollado occidental actual, que en nuestro mundo digitalizado se ven cada vez más internacionalizados o unificados.

#### 6.7.2 La actividad/pasividad en el lenguaje verbal y no verbal

La forma de expresar los deseos también ha evolucionado, y de una forma muy llamativa, aunque no necesariamente a la par que los deseos y valores en sí. A rasgos generales, se observa que, entre los personajes de género femenino, los verbos utilizados han pasado desde verbos menos activos al principio (las dos primeras épocas estudiadas), hasta verbos más activos en la tercera época, para verse luego reemplazados por una distribución sorprendentemente igualada de los distintos tipos de verbos en las dos últimas épocas. Los personajes masculinos muestran una evolución aparentemente contraria, empezando con mucho mayor uso de los verbos más activos y viendo una marcada bajada hasta la tercera época, para acabar usando verbos más reflexivos (desde un 60%+ de verbos de acción física en las dos primeras épocas hasta casi un 40% de verbos de acción mental en la última época). Sólo los villanos mantienen su uso elevado

de verbos de más acción a lo largo de casi todas las épocas (al igual que su búsqueda de sueños que reflejan el poder), aunque en la última época también se observa un aumento notable en el uso de verbos de acción mental.

### 6.7.3 Los niveles de actividad visual

Los niveles de actividad han seguido sus propias pautas, con niveles constantemente más elevados en el género masculino que en el femenino, y un parecido realmente inesperado en la evolución para los dos géneros. Los villanos, en cambio, han mostrado una evolución prácticamente contraria a los niveles de actividad visual de los personajes buenos/héroes, con niveles casi siempre más altos que los otros, salvo en la última época, cuando cae drásticamente. Resulta interesante que estos niveles no parecen guardar relación significativa con los niveles de actividad verbal.

### 6.7.4 Los estilos de comunicación

Como se ha indicado, se ha mostrado cierto predominio de algunos estilos de comunicación, por género – o entre los villanos – a lo largo de los años, como el abierto entre los personajes femeninos, el animado entre los de género masculino y el dominante entre los villanos. Resulta muy interesante el crecimiento gradual del estilo animado, a la vez que la caída progresiva del estilo relajado, entre los personajes de género femenino, a lo largo de las épocas, como dos estilos relativamente contrarios que se van cambiando el uno por el otro. Algo parecido ocurre entre los estilos abierto y atento, para los personajes de género masculino. Los demás cambios, sin embargo, no parecen ocurrir a la vez que otros. Es decir, a diferencia de los valores y el lenguaje verbal y no verbal, en el caso de los estilos de comunicación, ha resultado más difícil identificar las razones tras su evolución, porque aparentemente no han experimentado cambios parejos a estos primeros ni a los cambios sociales en EE. UU. o en España.

## 7 Conclusiones

Fue a finales de los años 90 cuando inicialmente se concibió la idea de este proyecto. En ese momento, Bill Clinton estaba en su segunda legislatura como Presidente de Estados Unidos y José María Aznar estaba en su primera legislatura como Presidente del Gobierno de España. Los estudios de la mujer y de género, propiamente dichos, se estaban consolidando, hasta crear programas de doctorado basados en estos temarios. Ese periodo también marcó un antes y un después, con la globalización efectiva del uso de Internet, la telefonía móvil y demás tecnologías de la información, como parte de la revolución digital. Estaba acabando el llamado “renacimiento” de Disney, que además ya llevaba varias películas de colaboración con Pixar, y Dreamworks Animation estaba a punto de empezar a ganar terreno en el mercado. Ni nos imaginábamos cómo cambiaría el mundo – a nivel político, social, tecnológico – en muy pocos años.

En ese momento, se formuló la hipótesis original, basada en la asunción de cambios drásticos relativos a las relaciones de género, tanto en el país de origen de los “Clásicos” de Disney, EE. UU., como en este país receptor, España. Esa hipótesis esperaba demostrar que los cambios mostrados en dichos largometrajes animados – relacionados con el género masculino/femenino – han ocurrido a la par que los cambios ocurridos aquí y, que han servido, y sirven, para reforzar la situación de género que nos rodea, a nivel social y político, de cara a la adquisición de identidad de género de su joven público. Así como la comparativa de las películas obedece a un mismo marco metodológico, en el caso de la perspectiva histórica española, no ha sido posible, porque no existen estudios cuantitativos homogéneos entre las distintas épocas. De esta forma, el contraste con la realidad socio-política española se ha realizado a través de una muestra de evidencias y grandes hitos representativos (cambios políticos, leyes relevantes, estadísticas, estudios históricos...) en cada una de las épocas.

En este sentido, sobre la base de los análisis efectuados para las seis épocas definidas, podemos decir que dicha hipótesis se cumple en las tres primeras épocas, en la cuarta no existe una correlación (o resulta difícil de comprobar), y en la quinta y sexta sí se producen, aunque siempre con matices. Aunque a continuación razonaremos esta conclusión, a alto nivel podemos afirmar que, en las dos primeras épocas, existió una difusión de los valores asociados a roles tradicionales de género, tanto en el mundo Disney como en la sociedad española. En la tercera época tuvo lugar un cambio drástico hacia la igualdad de derechos en Disney, en línea con el reconocimiento de derechos de

la mujer para poder trabajar en España, lo cual supone también un cambio importante, considerando el entorno político de la época. Por el contrario, en la cuarta época, la “Edad Oscura” de Disney, se igualaron valores entre los géneros, pero en realidad, la mayor parte de los deseos correspondían a películas más infantiles de lo habitual, con personajes infantiles necesitados de amor. Esto no se alinea a lo vivido en dicha época en España, correspondiente a la Transición. En cambio, en la quinta época, hay una vuelta a los valores que diferencian entre los géneros, por parte de Disney, pero esta vez, en formato de superproducción, con gran impacto mediático, mientras en España, de forma correlacionada, se vive una época de “igualdad desigual”, con diferentes brechas sin cubrir. Por último, la última etapa de Disney aboga por un posicionamiento de los personajes femeninos que no difiere del que puedan tener los personajes masculinos, e incluso no requiere de la presencia de estos últimos. Esto supone también una elevada relación con lo que acontece en los últimos años en España, donde se aboga por la igualdad efectiva, y se trabaja desde la ley y las asociaciones por ello.

Partimos desde la primera época (hasta el año 1945), donde el género femenino se representa fundamentalmente por el referente de la joven Blancanieves, de *Blancanieves*, que muestra el deseo principal del amor romántico, asociado a los valores de seguridad y logro, a través de una actitud verbal pasiva y un estilo de comunicación relajado, frente al género masculino de Pinocho, de *Pinocho*, orientado al logro, autodirección y estimulación, con deseos de una vida mejor sin ataduras, mostrando un nivel de actividad verbal medio, en un tono amistoso, atento y animado. Mientras tanto, el villano masculino se orienta activamente hacia el poder, sobre todo.

Estos valores se encuentran muy alineados a aquella época española donde las leyes fundamentales de cara a la mujer trataban de “aliviarle” de la necesidad de trabajar, y existía un enfoque “natalista” con roles muy marcados por género y muy alejados de la igualdad. En este sentido, la conclusión de la primera época es que se confirma la alineación entre los deseos mostrados y los valores hegemónicos “oficiales” de entonces, sirviendo dichas películas como elemento de refuerzo para dichos valores.

En la segunda época (1946-1960), pese a encontrarnos con personajes femeninos parecidos a los de la primera, como en los casos de Cenicienta y Aurora (de *La bella durmiente*), surgen novedades importantes, como Alicia, de *Alicia en el país de las maravillas*, lo cual supone una evolución de los deseos, desde sólo el amor, a además

querer disfrutar de un mundo mejor, lo cual a su vez implica la introducción de nuevos valores de autodirección y estimulación. También se observa un aumento hacia un nivel más activo de lenguaje verbal, y un cambio en el estilo de comunicación, que resulta mucho más abierto y explícito. En el caso masculino, aparte de los personajes tradicionales, destaca *Peter Pan*, donde el referente del personaje Peter Pan – y Wendy y sus hermanos – desea que estos últimos puedan volar, y así viajar a un mundo mejor. En general, la actitud y el estilo de comunicación se mantienen en la línea activa y abierta. En esta época, surgen con fuerza los valores de universalismo y benevolencia, que se manifiestan en mayor medida por los personajes de género femenino. En cambio, los villanos, representados por el Capitán Garfio, también de *Peter Pan*, además del poder, hacen gala del hedonismo, e incluso, en algún caso se muestran benevolentes.

Estos valores encajan, por lo general, en la España de la segunda época, instalada en la separación de géneros, con un rol sumiso esperado por parte de las mujeres, pero que, a través de películas como *Alicia en el país de las maravillas* o *Peter Pan*, se empiezan a plantear anhelos diferentes, aunque todavía poco claros, para las niñas que pudieron visualizar las películas en aquella época.

La tercera época (1961-1975) supone una auténtica revolución entre los personajes del mundo de Disney. Destaca un “Clásico” en particular que, además, es sólo parcialmente animado, pero sus personajes femeninos constituyen un clásico referente de cambio entre todas estas películas. Se trata de Mary Poppins y la Sra. Banks, de *Mary Poppins*, que rompen por completo con los roles tradicionales asignados a las mujeres, ya que abogan directamente por la igualdad de derechos, frente al Sr. Banks, también de *Mary Poppins*, su contraparte masculina. El propio papel de la protagonista que inculca estos valores en los niños supone, sin duda, uno de los grandes influenciadores de las generaciones de niños y niñas que visualizaron la película en aquella época (y en todas sus reposiciones) y que, hoy en día desempeñan las principales funciones profesionales y sociales de la sociedad española. Esta película contribuyó en gran medida a introducir valores de logro, e incluso poder, a los ya tradicionales asociados al amor y al bienestar de allegados. En el plano masculino, el divertido Baloo, de *El libro de la selva*, le convence a Mowgli a vivir feliz, de forma desenfadado, lo cual supone otro referente que justifica un cambio de valores en este género, hacia la conformidad y la seguridad. Muy destacables también fueron otros “Clásicos”, como *Los Aristogatos*, con deseos de adquirir habilidades (en

ambos géneros), *La bruja novata*, donde la protagonista anhea adquirir poderes extraordinarios, o *Robin Hood*, con su rol benevolente.

Si se observa esta diferencia histórica en las representaciones de género en nuestro objeto de estudio de esta tercera época, se debe primordialmente al hecho de que, durante este periodo (de 1961 a 1975), en Estados Unidos, el país de origen de estos productos, tuvieron lugar grandes cambios sociales, entre ellos, los logros de la segunda ola del feminismo en dicho país (relacionados, por ejemplo, con la desigualdad no oficial, la sexualidad y los derechos reproductivos), y esto se ve reflejado en algunos de los “Clásicos” de Disney producidos en dicha época. Los aspectos estudiados también correlacionan, en gran medida, con lo acontecido en la España de aquella época, en la que se concedió a las mujeres el mismo derecho al trabajo remunerado, aunque eso sí, con el permiso marital. Esto supuso, además, una liberación de la necesidad de casarse para salir de la miseria que podía suponer la soltería femenina. También reaparecieron las escuelas mixtas y el acceso de las mujeres a la práctica de más deportes. En aquella época, las mujeres empezaron a perseguir algo más que el matrimonio y la maternidad, como los estudios o una profesión para realizarse como personas. Entonces, aunque haya sido de forma más reservada y con algo de desfase respecto a EE. UU., la sociedad española también experimentó este periodo de cambio muy favorable hacia la igualdad de género.

En la cuarta época (1976-1990), se aprecia una convergencia de valores entre los géneros, sobre todo por la aproximación de los personajes masculinos hacia la seguridad y benevolencia, destacando en este sentido *Pedro y el dragón Elliot*. Se observa algo parecido, en el uso del estilo de comunicación amistoso. Por otra parte, destaca como referente la villana Úrsula, de *La Sirenita*, con su explicitación evidentemente manipuladora.

Sin embargo, esta época se conoce como la “Edad Oscura” de Disney (que técnicamente transcurre de 1967 a 1989), considerada por muchos como una de las más pobres a nivel creativo y de recaudación, debido en gran parte a los cambios ocurridos en la productora durante ese periodo. En muchos casos, los “Clásicos” de dicha época se basan en cuentos más infantiles que los habituales, y con una temática bastante parecida entre ellos. Por su parte, a esta época le corresponde el mayor cambio vivido en la sociedad española, debido al cambio del Régimen a la Transición, que trajo innumerables mejoras de cara a la igualdad de género. Debido a esto, no encontramos gran relación

entre estas películas y la realidad social de la llamada España de la Transición. Las películas en sí no difieren notablemente de los valores existentes, pero tampoco suponen un catalizador o influenciador, ya que buena parte de los deseos se resumen en niñas y niños necesitados de amor y apoyo.

La quinta época, (1991-2005) – que coincide más o menos con el “Renacimiento” de Disney (oficialmente de 1989 a 1999) – dominada por superproducciones con gran impacto de taquilla (*La Bella y la Bestia*, *Aladdín*, *El Rey León*, *Pocahontas*, *El Jorobado de Notre Dame*, *Hércules*, *Mulán*, *Tarzán*...), supuso diferenciar de nuevo los valores entre los géneros, esta vez de forma más rica y diversa que en las primeras épocas, con una gran cantidad de matices y excepciones, pero finalmente estableciendo para el género femenino, la seguridad, la benevolencia y el logro, en este orden, como aquellos más predominantes a través de las canciones. En contrapartida, para el género masculino, se registraron el logro, la benevolencia y la seguridad, en este orden; es decir, los mismos valores, pero con la prioridad cambiada, eso sí, todos con una actividad verbal elevada y un estilo de comunicación abierto. Sumamente interesante resulta el deseo novedoso expresado por Mégara, de *Hércules*, de **no** estar enamorada. Se trata de una conclusión muy explícita de lo que Disney transmitía en aquella época que, por otro lado, estuvo dominada por villanos masculinos, como Gastón, de *La Bella y la Bestia*, Scar, de *El Rey León* o Ratcliffe, de *Pocahontas*.

En cuanto a España, la infancia de nuestros millennials se caracterizó por vivir en un país en plena crisis económica, con un aumento del desempleo en donde, de forma paulatina, aumentaba la población activa femenina, a pesar de las diferencias de salario, contrato y tipo de ocupación, que caracterizaban una situación de discriminación latente. Así se observa la correlación, entre el aparente parecido de valores entre los géneros, pero con distinta priorización, del Disney de la época, y la discriminación existente entre mujeres y hombres, sobre todo a partir de la etapa laboral, que conformaban la sociedad española de la época. En este sentido, Disney, a través de un cada vez mayor peso de los medios diferentes a las salas de cine, pudo ejercer influencia de transmitir la aparente igualdad, pero con diferencias, donde el rol más activo de la mujer no supone equipararla al rol del hombre de forma general (*El Rey León*), incluso a nivel de villano, aunque sí son aceptadas las excepciones (*Mulán*).



La sexta época (2006-actualidad) supone otro cambio significativo parecido al de la tercera época, pero esta vez, provisto de toda la potencia de medios digitales, en promover los valores a través de los deseos expresados en las canciones. Películas como *Tiana y el sapo*, *Enredados*, *Frozen: El reino del hielo*, o incluso la reciente *Vaiana* (no analizada en la presente tesis) suponen un giro de 180 grados en los deseos transmitidos por sus protagonistas, y en particular, los personajes femeninos. Así pues, estos personajes manifiestan autodirección, logro y seguridad, sin perder la benevolencia, en cuarto lugar, frente a los personajes masculinos, que manifiestan autodirección, estimulación y logro. Es una equiparación de valores, con algún matiz. De hecho, es la primera vez que se registra un predominio del valor de la autodirección entre los personajes femeninos, lo cual resulta especialmente significativo. Los estilos de comunicación para ambos géneros son activos y abiertos. Por su parte, destacan los villanos inteligentes y manipuladores, de ambos géneros, como la Madre Gothel, de *Enredados*, y el Príncipe Hans, de *Frozen: El reino del hielo*. La evolución desde *Tiana y el sapo* hasta *Frozen: El reino del hielo* resulta muy importante, ya que, en la primera, a pesar de su rol independiente y emprendedor, Tiana acaba atrapada por el amor romántico en un esquema de dominio masculino, mientras en la segunda, se constata la no necesidad del amor romántico masculino para llegar a un final feliz.

Respecto a los deseos y valores de los villanos, como hemos ido observando, a pesar de suponer una muestra bastante más pequeña que la de los personajes buenos/héroes/neutros de cada género, nos han ayudado al mostrar deseos antagónicos a los de los buenos, más una serie de “contravalores”, aunque estos forman una parte más de la misma clasificación de Schwartz. Éstos – sean de género masculino o femenino por igual – se han mantenido fieles a deseos muy parecidos a lo largo de los años, mostrando los valores del poder y el logro por encima de todo, y expresándose casi siempre de forma más dramática y dominante, y también más visualmente y verbalmente activa que sus enemigos (salvo en la última época, con sólo tres canciones en la muestra correspondiente de villanos, cuando ha bajado el nivel de actividad visual).

También resulta llamativa la evolución del nivel de actividad visual de los personajes masculinos y femeninos, porque ha sido prácticamente igual entre los dos géneros, con subidas graduales y ambos alcanzando los niveles más elevados en las últimas dos épocas, y con el nivel de los personajes masculinos siempre ligeramente más activo que el de los personajes femeninos. Que ambos géneros hayan seguido un patrón así, literalmente en

paralelo a lo largo de los años, no puede ser casualidad. Puede deberse a tendencias y técnicas propias de la misma producción de los largometrajes animados, teniendo en cuenta los avances enormes que ha experimentado desde sus comienzos hasta hoy en día; también puede deberse a exigencias del guión o de la canción en sí.

Por otra parte, destaca la evolución de los dos géneros en cuanto al lenguaje verbal, precisamente porque ha sido marcadamente distinta a la del lenguaje visual: los personajes femeninos han partido desde un lenguaje más pasivo, que se ha hecho cada vez más activo hasta la tercera época, y luego cada vez más repartido y reflexivo en las últimas épocas. Por el contrario, los personajes masculinos han partido desde un lenguaje más activo, que se ha hecho gradualmente más pasivo hasta la cuarta época, y luego, como en el caso de los personajes femeninos, cada vez más repartido y reflexivo. Se podría postular que estas tendencias son fortuitas, o sólo un subproducto del trabajo de traducción, pero opinamos que de alguna manera sí representan la realidad social de sus creadores. Si los ascensos y descensos tan notables en el nivel de actividad verbal de género femenino y masculino, respectivamente, han ocurrido justo en las décadas desde los 60 hasta finales de los 80 – sin duda pueden reflejar los cambios sociales y políticos ocurridos durante esos años, tanto en EE. UU. como en España. Y el hecho de que el lenguaje verbal de los personajes de ambos géneros se ha vuelto cada vez más reflexivo (con nuestros denominados verbos de experiencia) desde los años 90, también puede reflejar un nivel mayor de autoconciencia en una sociedad que, en parte gracias a la globalización y las nuevas tecnologías, requiere de cada vez más conciencia y transparencia. Un gigante mediático como Disney hoy en día se ve obligado a vigilar todos los aspectos de sus productos, a sabiendas que el mundo los va a mirar con lupa, en busca de cualquier fallo, sea a nivel de argumento, de guión en general, de caracterización de los personajes (por género, raza, edad...); entonces, no sorprende observar niveles más elevados de autoconciencia a nivel lingüístico, de argumento o de género.

En relación con la sociedad española actual, son muchos los cambios habidos y, resulta difícil su interpretación y comparación con perspectiva histórica. Sí es verdad que vivimos en un contexto de globalización, lo cual nos hace más parecidos a nuestro entorno occidental y, en muchos ámbitos, como en el de las nuevas tecnologías y las redes sociales, o en el ámbito legislativo reciente, suponen una igualación de capacidades e igualdad para los géneros. Sin embargo, todavía en la práctica, siguen existiendo diferencias importantes, fundamentalmente en el ámbito laboral, así como actitudes

machistas enraizadas en la sociedad, que pueden interpretarse en los innumerables casos de violencia de género que conocemos a través de los medios de comunicación. Por todo ello, sí existe cierta correlación entre los deseos manifestados y potenciados de valores igualitarios, dentro de un marco androcéntrico (*Tiana y el sapo*) o fuera de él (*Frozen: El reino del hielo*), a lo que está sucediendo en la sociedad española en sus diferentes ámbitos sociales y políticos, así como a través de las agrupaciones que velan y trabajan por la igualdad de género.

A raíz de estas conclusiones, podemos hacernos preguntas tales como, si las personas que hoy en día ocupan los más altos cargos en la sociedad (generación Y), y que son en gran medida los autores de los cambios legislativos pro-igualdad de género actuales, crecieron bajo la tercera y cuarta época, que abogaba por el cambio y la igualdad, ¿qué podemos esperar de las generaciones de millennials crecidas en la impactante quinta época en donde existe una diferencia explícita en los roles de género? ¿Y de la sexta época, actual, donde hay una indiferenciación en la que crecen nuestros niños actuales?

Como hemos observado en capítulos anteriores, las mejoras en la situación de género en España a partir de la Transición supusieron un comienzo de una nueva realidad de instituciones, políticas y leyes estatales dedicadas a fomentar y apoyar la igualdad de género, tales como el Instituto de la Mujer o la “Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres”. En el ámbito profesional, se ha observado un aumento, por ejemplo, en el número de directivas en España en la última década, pero el avance va muy lentamente y, por otra parte, la brecha salarial para el año 2016 se cifró en el 23.2%. (E.P., 2017) Algo parecido ocurre con la evolución de las representaciones de los géneros en los largometrajes animados estudiados. De hecho, se aprecian cambios en ambos casos, pero dichos cambios han sido superficiales y menos exhaustivos que lo que aparentan.

Asombrosamente, desde esa primera concepción de este proyecto, Disney ha estrenado 20 “Clásicos”, sin incluir la recién estrenada *Moana* (*Vaiana* en España), pasando por dos épocas notablemente diferenciadas por estilo y recaudación. En este tiempo, a pesar de los esfuerzos del gobierno y del creciente interés público por mejorar las condiciones de las mujeres e intentar conseguir una igualdad de género real, el recorrido de cambio real en España es todavía amplio. Lo que sí ha cambiado muy notablemente han sido las nuevas tecnologías y las redes sociales. De hecho, esto ha

influida de manera muy marcada, tanto en la naturaleza del visionado de estos productos y el acceso a ellos (para el público y de cara al estudio), como en el mismo diseño del proyecto. Las nuevas tecnologías proporcionan a los niños pequeños, por ejemplo, la posibilidad de visionar los productos mediáticos de cualquier época en cualquier momento (no sólo en un aparato de dvd, sino incluso más fácilmente en una Tablet), lo cual les convierte a los “Clásicos” en productos ya atemporales, con una capacidad de influencia mucho mayor que antaño. De cara a la sociedad, estas tecnologías, incluyendo las redes sociales omnipresentes, tienen un efecto y un alcance sin precedentes, permitiendo tanto la segmentación de gustos como la exposición a las críticas, a la vez que imponen más igualación y más democratización de la red de usuarios.

Las innovaciones tecnológicas que han surgido han facilitado también el manejo del volumen de información recogida, clasificada y analizada. Sin la ayuda del Atlas.ti, por ejemplo, las transcripciones de las canciones de las 60 películas, más su clasificación en casi 15.000 citas, no se habría podido llevar a cabo de la manera en la que se ha hecho. Sin el programa tan común, Excel, no se habría podido realizar las comparaciones casi instantáneas de los miles de datos recopilados y clasificados, ni sacar los gráficos que hemos utilizado para ilustrar los resultados de una manera más fácil de visualizar. Sin internet, no se habría podido acceder a los miles de documentos publicados sobre los distintos aspectos considerados en este estudio, con el fin de buscar, comprobar y fortalecer la bibliografía utilizada.

Con la ayuda de las nuevas tecnologías, ha sido posible realizar un análisis bastante minucioso de distintos aspectos de un producto mediático que contiene una riqueza de información aún sin apenas tocar. Al identificar una carencia en la bibliografía disponible actual de estudios de actividad/pasividad, por género, a un nivel más metalingüístico, nos hemos propuesto estudiar el lenguaje utilizado en estos largometrajes animados tan omnipresentes en el mundo que rodea a los niños de nuestra sociedad, y que tanto pueden influir en sus propias actitudes ante sus deseos vitales. Hemos observado la naturaleza y la evolución de los sueños cantados por los personajes en los “Clásicos” de Disney, y de los valores que éstos representan. También hemos observado, dentro de las mismas canciones, la manera en la que los personajes expresan dichos sueños/valores, mediante un análisis del lenguaje verbal, no verbal y paraverbal. Los resultados han revelado la revolución del lenguaje utilizado para expresar los deseos – y los deseos en sí – a un nivel sin duda no tan evidente como los estudios anteriores y, han mostrado otro nivel de los

mensajes que se transmite a través de los “Clásicos” de Disney. El hecho de que siga transmitiendo el deseo de amor, por ejemplo, resulta significativo. El hecho de que este deseo empiece a representar otros valores – en comparación con otras épocas – resulta incluso más significativo. También es notable el desarrollo del lenguaje verbal, que ha seguido una evolución aparentemente contraria entre los personajes de género masculino y femenino, hasta las últimas épocas estudiadas, cuando han empezado a seguir tendencias parecidas.

Estos hallazgos nos han parecido de lo más interesantes; desgraciadamente, no hemos podido aplicarlos para ir más allá a estudiar la influencia real de estos mensajes cambiantes en su joven – y no tan joven – público, y en esto ha consistido nuestra mayor limitación. Podría ser fascinante realizar un estudio sobre los efectos de los deseos expresados, y los niveles de actividad/pasividad del lenguaje del locutor, sobre las respuestas, actitudes o acciones del interlocutor. Como hemos mencionado antes, podría ser relevante investigar los efectos sobre las personas que crecieron – y visionaron estos productos durante su infancia y su juventud – durante las distintas épocas estudiadas, a ver si se aprecia alguna tendencia actitudinal, profesional o de otra manera relacionada con los mensajes recibidos.

Respecto a nuestra bibliografía, tampoco hemos podido realizar muchas comparaciones en cuanto al lenguaje desde la perspectiva de género, porque los estudios hasta ahora apenas han mencionado los usos verbales en sí; han enfocado más las formas de los sustantivos, como en la manera de nombrar (como en las obras que hemos citado de Bengoechea o Bernárdez), o la expresión de actitudes sexistas a nivel más semántico (Escandell). Sin embargo, sí que hemos podido hacer eco de algunos estudios que tratan de la evolución de los valores y los estereotipos de género. Observamos como, efectivamente, muchísimos protagonistas femeninos acaban subordinados a un personaje masculino (Mancinas, et. al., Patiño), en contraste con el hecho de que las Princesas Disney más modernas se están volviendo cada vez más activas (Davis), a la vez que empiezan a mostrar valores más tradicionalmente “masculinos” (Sims). Destacamos que, a pesar de los cambios aparentes, en el fondo, estos largometrajes animados siguen ofreciendo a su público tan impresionable, una serie de valores patriarcales (Ísleifsdóttir, Cantillo). Entonces, resulta reconfortante observar que, los personajes de ambos géneros empiezan a mostrar cambios hacia personalidades, roles, deseos y valores tradicionalmente considerados más propios del otro sexo, de acuerdo con las

observaciones de Menéndez y Zurian en sus trabajos relacionados con el cine y la televisión dirigidos a un público más maduro. Citamos unos ejemplos de las obras más actuales:

Entre los últimos “Clásicos” de Disney de gran recaudación, como *Tiana y el sapo*, *Enredados* y *Frozen: El reino del hielo*, destaca un alejamiento consciente – aunque quizás tentativo – de esos valores patriarcales, por parte de la productora, a través de los roles que desempeñan los personajes, por género. Nuestro estudio ha enfocado las actitudes de los personajes hacia sus sueños, y esto se evidencia también a través de los roles que adopta cada personaje para conseguirlos. En el primero, Tiana, la protagonista, sueña con abrir su propio restaurante. Con una perseverancia admirable y una fuerte ética de trabajo, lucha sola con el fin de ganar y ahorrar el dinero suficiente como para comprarse la nave donde desea montar su negocio. Desempeña el rol de emprendedora independiente, muy novedoso en estos productos. Dentro del mismo largometraje, el personaje de género masculino, Ray, la luciérnaga, sueña con juntarse algún día con su amor, Evangeline (que el público y los demás personajes identifican inmediatamente como una estrella lejana). Éste representa un rol más propio de alguno de los personajes femeninos de antaño, con su amor “ciego”, romántico e idealizado. Alcanza su sueño tras sacrificarse por sus amigos, ya que, al morir, su alma se convierte en otra estrella, posada al lado de su amada Evangeline. No son habituales estos argumentos y finales tan poéticos entre los personajes masculinos, incluso de hoy en día.

En *Enredados*, Rapunzel rompe las reglas de su “madre” para poder cumplir su sueño inicial de ver las luces flotantes en el día de su cumpleaños, lo cual resulta dulce e ingenuo, a la vez que lógico y poco novedoso. Sin embargo, cuando se encuentra con los rufianes en el bar, a través de la canción “Mi sueño es” se revela los sueños inesperados – por creativos, románticos e incluso artísticos – de estos personajes masculinos secundarios, aparentemente rudos y delincuentes. Desempeñan un rol de apoyo a los protagonistas en apuros, pero también resultan rompedores respecto a nuestras expectativas de los sueños de los personajes, por género. Evidentemente, aquí también se trata de un esfuerzo muy consciente y explícito de desviarse de los roles tradicionales de género. Por último, llama la atención el hecho de que, tanto Rapunzel como Flynn, están dispuestos a dar la vida por salvar al otro. Si en los primeros “Clásicos”, el “príncipe azul” se prestaba sin rechistar a luchar por la princesa, estos personajes de ambos géneros dan un paso más, sacrificándose directamente sin pensarlo dos veces.

Los personajes de *Frozen: El reino del hielo*, y las relaciones entre ellos, también muestran una autoconciencia poco vista en los “Clásicos” hasta ahora. El príncipe Hans desempeña un rol que antes se había visto más entre los personajes femeninos de tipo villano (como Drizella y Anastasia, de *La Cenicienta*, o Úrsula, de *La sirenita*): el de seductor falso o manipulador. Tampoco a sabiendas del público, este villano se dispone a seducir a la joven Anna, con el propósito de hacerse con el trono tras deshacerse de las hermanas de la familia real. Más adelante, el hecho de que los demás personajes se equivocan al suponer que el acto de “amor verdadero” necesario para salvar a Anna debe consistir en un beso de “amor verdadero” entre ella y el Príncipe Hans, resulta especialmente significativo, ya que la productora así expresamente y visiblemente echa por tierra el típico argumento romántico de sus primeros “Clásicos”. Que la hermana pequeña y moribunda se sacrifique para su salvar a su hermana mayor, muestra otro heroico acto de “amor verdadero”, en este caso fraternal en lugar de romántico.

Estos personajes sí empiezan a desempeñar roles distintos a los de antaño, por género, y Disney no los presenta de forma disimulada, sino explícitamente. Aunque siga partiendo desde una perspectiva patriarcal, al menos se trata de un esfuerzo por ofrecer personajes y relaciones más de acuerdo con nuestra sociedad actual. En este sentido, la productora facilita un visionado más concienzudo de estos largometrajes y de los mensajes que transmite, incluso para un público tan joven. Entonces, la siguiente pregunta podría ser: ¿para qué sirve esta información o qué se puede hacer con ella? En principio, si se ha podido mostrar aquí que los mensajes que llegan al público infantil de forma más o menos visible, sea intencionadamente o no, siguen pautas destacables, por género, entonces se ha podido mostrar también la importancia de llamar la atención a este hecho. Ya existe un gran volumen de lectura crítica sobre Disney en general, y sobre los “Clásicos” y sus princesas en particular, por temas de las representaciones sexistas continuadas, el racismo, la ridiculización o ausencia de personajes poco agraciados, gordos, homosexuales... y los efectos de estas representaciones sobre los niños consumidores de estos productos. Aquí hemos intentado aportar algo que faltaba: lectura crítica sobre los sueños en sí, y las formas que tienen los personajes de expresarlos, dentro de un elemento tan crucial de estos productos, que es la música.

Y es que, en este sentido, los niños y las niñas van a seguir consumiendo los medios a los que tengan acceso, de acuerdo con su edad, su nivel de madurez, sus intereses personales, lo que está de moda... y esto sigue incluyendo los “Clásicos” de Disney. No

hay más que ver los récords que ha roto *Moana* (*Vaiana*, en España) a nivel mundial, empezando por desbancar a *Frozen: El reino del hielo* en su estreno en EE. UU. A principios de septiembre de 2017, una búsqueda de "cover you're welcome " en [www.google.com](http://www.google.com) da lugar a 751.000 resultados referentes a la canción "You're Welcome" ("De nada", en España) del "Clásico" de Disney más moderno.

Entonces, un estudio de este tipo sí que puede incitar a prestarle más atención al lenguaje utilizado en los productos mediáticos dirigidos a un público infantil. No sería de más realizar investigaciones más detalladas – por parte de especialistas en la psicosociolingüística – de los efectos psicosociales del lenguaje así empleado sobre su público. También puede servir para justificar la necesidad de incorporar la "alfabetización mediática" (*media literacy* en inglés) en el currículum educativo nacional, desde luego en la educación primaria, e incluso desde la educación infantil – como hemos visto propuesto tan brevemente en los trabajos de Llorens Mellado y de la Peña Palacios. Recordamos también las iniciativas tan recientes en contra del sexismo en la música en las fiestas veraniegas de las costas españolas.

Estas acciones e iniciativas poco tienen que ver con el público infantil, y menos con la enseñanza en general. Sin embargo, y además de actuar en contra del sexismo, el machismo y la violencia de género, dan lugar a una mayor concienciación o sensibilización de estos problemas en nuestra sociedad. Y es precisamente esa concienciación la que nos hace más capaces – y más propensos – a ser más objetivos y críticos ante los medios de comunicación que nos rodean y nos mandan mensajes de todos los tipos a todas horas. Opinamos que no es ni necesario ni posible impedir el acceso a los niños y las niñas a los productos mediáticos (apropiados para su edad, por supuesto) que transmiten mensajes con los que no estamos de acuerdo, si ellos y ellas ya están provistos de medios y técnicas para el visionado crítico de esos productos. En pleno siglo XXI, están constantemente bombardeados por estos productos, si en la televisión o el Tablet o cualquier otro aparato electrónico. Pero insistimos que, si aprenden desde una edad muy corta a preguntar o cuestionar lo que observan en los medios de comunicación, en lugar de aceptarlo automáticamente como verídico o correcto, ellos mismos podrán identificar por su cuenta lo que refleja o no, la realidad o sus propios valores.



## 8 Bibliografía

- A.G.: “*La bella durmiente*. Un film muy vistoso y arrollador en su clima”: fuente desconocida de Barcelona, año 1983.
- A.G.: “*El jorobado de Nôtre Dame*. El imperio Disney contraataca”: *ABC del Ocio*, Madrid, sección Cine, 31 de octubre de 1996, página 26.
- A.L.: “*Los aristogatos* de Walt Disney. Un filme encantador”: *YA*, 4 de septiembre de 1988.
- A.R.: “Los ecos de nunca jamás”: *El Europeo*, Madrid-Barcelona, sección Cine, 2-9 de enero de 1986, página 67.
- Agullo Díaz, María del Carmen: “Mujeres para Dios, para la Patria y para el hogar” (La Educación de la Mujer en los años 40) en *Mujer y educación en España, 1868-1975*, Departamento de Teoría e Historia da Educación da Universidade de Santiago, Santiago, 1990
- Alba, Carolina: “La historia más humana de Disney”: *Magazine*, fecha aún desconocida (busca entre finales del 92 y principios del 93), páginas 71-72.
- Alba, Yolanda: “La imagen de la mujer versus las imágenes de las mujeres” en Alba, Yolanda, coordinadora (Red Europea de Mujeres Periodistas): *Jornadas: Las mujeres y los medios de comunicación*, Dirección General de la Mujer, Consejería de Sanidad y Servicios Sociales de la Comunidad de Madrid, Imprenta de la Comunidad de Madrid, 1997.
- Alba, Yolanda y D’Argy Smith, Marcelle: “La mujer como sujeto y objeto en los media” en Alba, Yolanda, coordinadora (Red Europea de Mujeres Periodistas): *Jornadas: Las mujeres y los medios de comunicación*, Dirección General de la Mujer, Consejería de Sanidad y Servicios Sociales de la Comunidad de Madrid, Imprenta de la Comunidad de Madrid, 1997.
- Alba, Yolanda, coordinadora (Red Europea de Mujeres Periodistas): *Jornadas: Las mujeres y los medios de comunicación*, Dirección General de la Mujer, Consejería de Sanidad y Servicios Sociales de la Comunidad de Madrid, Imprenta de la Comunidad de Madrid, 1997.
- Alberdi, Inés: “1.3. Nuevos roles femeninos y cambio familiar” en *Sociología de las mujeres españolas*, Editorial Complutense, Madrid, 1996.
- Alonso, Carlos: “*Hércules*. La nobleza del corazón”: *Diario de Burgos*, Burgos, sección Cine, 10 de diciembre de 1997, páginas 3-4.
- Alonso, Matilde y Furio Blasco, Elies: El papel de la mujer en la sociedad española, HAL archives-ouvertes.fr, 2007. <halshs-00133674>, Disponible en: [https://halshs.archives-](https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00133674)

[ouvertes.fr/file/index/docid/133674/filename/El papel de la mujer en la sociedad espanola.pdf](http://ouvertes.fr/file/index/docid/133674/filename/El_papel_de_la_mujer_en_la_sociedad_espanola.pdf) [4 de febrero de 2017]

Alonso Villasevil, Cecilia: “Sorpresa”: *El País*, Madrid, sección Opinión, 10 de enero de 1997, página 13.

Alvarez, Carlos: “*Tod y Toby*”: *El Alcázar*, sección Cine, 8 de diciembre de 1981.

American Psychological Association, Task Force on Gender Identity and Gender Variance: “Report of the Task Force on Gender Identity and Gender Variance”, Washington, DC, 2009. Disponible en: <http://www.apa.org/pi/lgbt/resources/policy/gender-identity-report.pdf> [5 de marzo de 2017]

Arce, Luis Mario: “El bosque encantado”: *La Nueva España*, Oviedo, sección Espectáculos -- Cine, 8 de julio de 1993, página 75.

Arranz, Fátima, (dir.), Aguilar, Pilar, Callejo, Javier, Pardo, Pilar, París, Inés y Roquero, Esperanza: *Cine y género en España. Una investigación empírica*, Ediciones Cátedra, Madrid, 2010.

Arenal, Concepción: “La mujer del porvenir”, recogido por Ángeles J. Perona y Ramón del Castillo Santos: “Pensamiento español y representaciones de género” en *Sociología de las mujeres españolas*, Editorial Complutense, Madrid, 1996.

Arroita-Jauregui, Marcelo: “*Los rescatadores*. La herencia de Disney”: *Arriba*, 26 de noviembre de 1977.

Asawarachan, Tanaway: “The Disney Influence on Kindergarten Girls’ Body Image”, Doctoral Dissertation, University of North Texas, Denton, 2013.

Ayuso, Rocío: “Viene *El jorobado de Notre Dame* a tocarte el corazoncito. Y Disney, el bolsillo. Ríete...”: *El País* de las Tentaciones, Madrid, sección Portada, 22 de noviembre de 1996, páginas 560-568.

Azurmendi Ayerbe, María-José: *Psicosociolingüística*, CIP Biblioteca Universitaria, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 2000.

Ballarín, Pilar y Ortiz, Teresa, eds.: *La Mujer en Andalucía*, 1er Encuentro Interdisciplinar de Estudios de la Mujer, Universidad de Granada, Granada, 1990.

Ballesteros, Cecilia: “Made in Spain”: *La Revista de El Mundo*, Madrid, 17 de noviembre de 1996, página 469.

Barberá, Ester y Lafuente, María José: “Procesos de sexuación e implicaciones de género en la etapa adulta”, *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.

- Bardin, Laurence: *Análisis de contenido*, Akal Universitaria Serie Comunicación, 2ª edición, Ediciones Akal, Madrid, 1996 (Presses Universitaires de France, 1977; 1º edición en español, traducido por César Suárez, 1986).
- Bar-Tal, Daniel, Graumann, Carl F., Kruglanski, Arie W., y Stroebe, Wolfgang: *Stereotyping and Prejudice. Changing Conceptions*, Springer Series in Social Psychology, Springer-Verlag, New York, Inc., New York, 1989.
- Bell, Elizabeth: “Somatexts at the Disney Shop. Constructing the Pentimentos of Women’s Animated Bodies” en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Bello Cuevas, José Antonio: “El NO-DO, hoy” en Cuadernos de Documentación Multimedia en línea (CDM), Ponencia del III Congreso de Investigadores Audiovisuales, Los medios del tercer milenio, [www.ucm.es](http://www.ucm.es), Madrid, 1999.
- Beltrán, Rosina: “La Bella y la Bestia recupera la magia clásica de Disney”: *Vogue*, Madrid, 1 de septiembre de 1992, página 252.
- Benavides, Mayumi Okuda, y Gómez-Restrepo, Carlos. (2005). “Métodos en investigación cualitativa: triangulación”, *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 118-124. Disponible en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-74502005000100008&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000100008&lng=en&tlng=es) [1 de febrero de 2017]
- Benavides Delgado, Juan: “La presencia de la publicidad en la construcción de la cultura y la identidad”, *Revista del Instituto Nacional del Consumo*. Ministerio de Sanidad y Consumo, nº 35, fecha octubre de 1995, páginas 43-65.
- Bengoechea, Mercedes: “El sexismo en el discurso” en Instituto de la Mujer: “El Sexismo en el Lenguaje”: *Revista Mujeres*, nº 18, 2º trimestre 1995, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 1995.
- Bernárdez Rodal, Asunción: *Mujeres en Medio(s): Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*, Editorial Fundamentos, Madrid, 2015.
- Bettelheim, Bruno: *Psicoanálisis de los cuentos de hadas*, 2ª edición, Crítica Grijalbo Mondadori, Barcelona, 1997 (Título original: *The Uses of Enchantment. The Meaning and Importance of Fairy Tales*, Alfred A. Knopf, New York, 1975, Traducción de Silvia Furió).

- Bonet Mojica, Lluís: “*Los aristogatos* (Reposición)”: *La Vanguardia*, Barcelona, 28 de diciembre de 1980.
- Bonet Mojica, Lluís: “*La bella durmiente*”: *La Vanguardia*, Barcelona, fecha desconocida de 1983.
- Bonet Mojica, Lluís: “Jorobando a los intolerantes”: *La Vanguardia*, Barcelona, sección Espectáculos – Crítica de Cine, 24 de noviembre de 1996, páginas 632-633.
- Bonet Mojica, Lluís: “El mejor Disney después de Disney”: *La Vanguardia*, Barcelona, sección Espectáculos – Crítica de Cine, 22 de noviembre de 1994, página 47.
- Bonet Mojica, Lluís: “Noventa años del nacimiento del ‘Mago de Burbank’”: *La Vanguardia Magazine*, 1 de diciembre de 1991, páginas 53-59.
- Bonet Mojica, Lluís: “Sin lugar en el olimpo Disney”: *La Vanguardia*, Barcelona, sección Espectáculos – Crítica de Cine, 1 de diciembre de 1997, páginas 39-40.
- Bonet Mojica, Lluís: “*Tod y Toby*”: *La Vanguardia*, Barcelona, sección Espectáculos, 5 de enero de 1982.
- Borderías Uribeondo, M<sup>a</sup> del Pilar: “La incorporación al mercado laboral de la mujer inactiva: su distribución en España a finales del segundo milenio”, *Espacio, Tiempo y Forma*, Serie VI, Geografía, t. 11, 1998, páginas 79-107, Disponible en: <http://revistas.uned.es/index.php/ETFVI/article/viewFile/2559/2432>
- Brewer, John y Hunter, Albert: *Multimethod Research: A Synthesis of Styles*, SAGE Library of Social Research N° 175, SAGE Publications, Inc., Newbury Park, 1989.
- Brooksbank Jones, Anny: *Women in Contemporary Spain*, Manchester University Press, Manchester, 1997.
- Brown, Larry A.: “The Dramatic Function of Songs in Musical Theater”, Julio 2007. Disponible en [http://larryavisbrown.homestead.com/files/theater\\_topics/musical\\_theater.htm](http://larryavisbrown.homestead.com/files/theater_topics/musical_theater.htm). [9 de febrero de 2017].
- Buena Vista International, Spain, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *La bella durmiente*, Sinopsis para su Publicación, Buena Vista International, Spain, S.A.
- Buena Vista International, Spain, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *101 dálmatas*, Sinopsis para su Publicación, Buena Vista International, Spain, S.A.
- Buena Vista International, Spain, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *Peter Pan*, ¿Sabías que...?, Buena Vista International, Spain, S.A.
- Burgelin, Olivier: *La comunicación de masas*, Colección “Libros de Comunicación Social”, Editions Planete y A.T.E., Barcelona, 1974 (Título original: *La communication de masse*; Traductor: Alfonso Espinet Gou).

- Butler, Judith: *Undoing Gender*, Routledge, New York, 2004.
- C.A.: “*Los rescatadores*, de Wolfgang Reitherman y John Lounsbery”: *Alcázar*, 1 de diciembre de 1977.
- C.F.C.: “Maravilloso espectáculo de Walt Disney. Coliseum: *Los 101 dálmatas* (norteamericana)”: *YA*, 22 de septiembre de 1965.
- C.S.: “La heroína del último éxito de Disney, emparentada con la Reina Isabel. Pocahontas murió en Kent”: *Época*, Madrid, sección La Sociedad, 6 de noviembre de 95, páginas 571-572.
- C.S.F.: “*Tod y Toby*, de Walt Disney”: *ABC*, 2 de diciembre de 1981.
- Cabruja, Teresa y Fernández-Villanueva, Concepción: “Capítulo 4. Psicologías feministas: perspectivas críticas, posmodernas y radicales” en Ovejero, Anastasio y Ramos, Júpiter (Coords.): *Psicología Social Crítica*, Editorial Biblioteca Nueva, Madrid, 2011.
- Calero Fernández, María Ángeles: *Sexismo lingüístico. Análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje*, Narcea, S.A. de Ediciones, Madrid, 1999.
- Cañizares Fernández, Eugenio: *El lenguaje del cine: semiología del discurso fílmico*, Colección Tesis Doctorales N° 242/93, Editorial de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1993.
- Cantillo Valero, Carmen: “Análisis de estereotipos sexistas. Perpetuación de roles de género en la filmografía de Disney: de la ingenua Blancanieves a la postmoderna Tiana (1937-2009)”, Tesis de Master, UNED, Málaga, 2010.
- Card, Claudia: “Pinocchio” en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Careaga, Pilar: “‘NOMBRA’, una comisión para asesorar al Instituto de la Mujer sobre lenguaje” en Instituto de la Mujer: “El Sexismo en el Lenguaje”: *Revista Mujeres*, n° 18, 2º trimestre 1995, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 1995.
- Cassata, Mary B. y Asante, Molefi K.: *Mass Communication. Principles and Practices*, Macmillan Publishing Company, Inc., New York, 1979.
- Castellanos, López: “Alabanza de la imaginación”: *Diario de León*, sección Espectáculos, 21 de noviembre de 1993, páginas 335-337.
- Castilla, Amelia: “La bella que arrasa”: *El País*, Madrid, sección Domingo, 14 de marzo de 1993, páginas 242-244.
- Cebollada, Pascual: “Dicen que Walt Disney no ha muerto”: *YA*, 26 de agosto de 1983, página 20.
- Cebollada, Pascual: “*Robin Hood*”: *YA*, 12 de diciembre de 1974.

- Chomsky, Noam: *Necessary Illusions. Thought Control in Democratic Societies*, Pluto Press, London, 1989.
- Cohnen, Fernando: “La magia de Disney arrasa a los 25 años de la muerte de su creador”: *Tribuna*, Madrid, sección Cine, 9 de diciembre de 1991, páginas 104-107.
- Colaizzi, Giulia, ed.: *Feminismo y teoría fílmica*, Colección EUT, Ediciones Episteme, S.L., Valencia, 1995.
- Coloquio de historia de la educación (6.1990, Santiago de Compostela): *Mujer y educación en España 1868-1975*, Universidad de Santiago, Santiago, 1990.
- Comas, Angel: “*El libro de la selva*, la última película de Walt Disney”: *Lecturas*, Barcelona, sección Cine, 30 de diciembre de 1987.
- Costello, Tom, ed.: *International Guide to Literature on Film*, Bowker-Saur, West Sussex, 1994.
- Coyne, S. M., Linder, J. R., Rasmussen, E. E., Nelson, D. A. y Birkbeck, V. (2016), “Pretty as a Princess: Longitudinal Effects of Engagement With Disney Princesses on Gender Stereotypes, Body Esteem, and Prosocial Behavior in Children”. *Child Development*, 87: 1909–1925. doi: 10.1111/cdev.12569
- Craig, Steve, ed.: *Men, Masculinity and the Media*, Research on Men and Masculinities Series, SAGE Publications, Inc., Newbury Park, 1992.
- Crespo, Pedro: “Andersen visto por Walt Disney”: *YA*, Madrid, sección Cine, 9 de diciembre de 1990.
- Crespo, Pedro: “*Basil, el ratón superdetective*, de Musker, Clemens, Michener y Mattinson”: *ABC*, Madrid, sección Crítica de cine, 18 de diciembre de 1986.
- Crespo, Pedro: “*El rey león*”: *Economía y Finanzas*, Madrid, 1 de diciembre de 1994, página 85.
- Crespo, Pedro: “*Los rescatadores*, de Reitherman, Lounsbery y Stevens”: *ABC*, Madrid, 7 de diciembre de 1977.
- Crespo, Pedro: “*Tarón y el caldero mágico*, de Ted Berman y Richard Rich”: *ABC*, Madrid, 26 de diciembre de 1985.
- Crespo, Pedro: “*Los tres caballeros*, de Walt Disney”: *ABC*, Madrid, sección Espectáculos (Crítica de cine), 24 de junio de 1983.
- Cristóbal, Ramiro: “*Pocahontas*. La América de Disney”: *Cambio 16*, Madrid, sección Cine, 6 de noviembre de 1995, páginas 576-579.
- Crua, Pilar: “*Los aristogatos*”: *Diari de Tarragona*, 2 de septiembre de 1988.
- Crua, Pilar: “*El libro de la selva*”: *Diari de Tarragona*, 30 de marzo de 1988.
- Crua, Pilar: “*Oliver y su pandilla*”: *Diari de Tarragona*, sección Crítica de Cine, 5 de enero de 1990.

- Cuomo, Chris: "Spinsters in Sensible Shoes. *Mary Poppins* and *Bedknobs and Broomsticks*" en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Darnaude, Ignacio: "Raul García: 'En España no existe tradición en el campo de los dibujos animados': *Magazine*, fecha aún desconocida (busca entre finales del 92 y principios del 93), página 72.
- Davis, Amy Michele: "Disney's Women: Changes in Depictions of Femininity in Walt Disney's Animated Feature Films, 1937-1999", Thesis Submitted for Ph.D. degree, University College London, London, 2001.
- De Brigard, Emilie: "La subjetividad en la investigación. El caso de dos etnocineastas: Jean Rouch y John Marshall": *Fundamentos de Antropología*, nº 3, 1994, Centro de Investigaciones Etnológicas Angel Ganivet, Diputación Provincial de Granada, páginas 40-45.
- De Cominges, Jorge: "Las aventuras de Mowgli": *El Periódico*, Barcelona, sección Cine – Crítica, 9 de diciembre de 1987.
- De Cominges, Jorge: "Espada y brujería": *El Periódico*, Barcelona, sección Espectáculos, 27 de diciembre de 1985.
- De Cominges, Jorge: "La forma del sonido": *El Periódico*, Barcelona, sección Cine -- Crítica, 16 de octubre de 1986.
- De Cominges, Jorge: "Hogar, dulce hogar": *El Periódico*, Barcelona, sección Cine – Crítica, 28 de junio de 1988.
- De Cominges, Jorge: "Mininos franceses": *El Periódico*, Barcelona, sección Cartelera de los niños, 6 de agosto de 1988.
- De Cominges, Jorge: "El niño que no quiso crecer": *El Periódico*, Barcelona, sección Crítica de Cine, 3 de abril de 1986.
- De Cominges, Jorge: "Perros para un abrigo": *El Periódico*, Barcelona, sección Cine – Crítica, 10 de diciembre de 1988.
- De Cominges, Jorge: "El ratón de Baker Street": *El Periódico*, Barcelona, sección Cine – Crítica, 11 de diciembre de 1986.
- De Cominges, Jorge: "*Robin Hood*. Transposición al reino animal de la leyenda de Robín de los Bosques": *Noticiero Universal*, Barcelona, 17 de diciembre de 1982.
- De Cominges, Jorge: "*Tod y Toby*. Vuelve a las fuentes tanto en el aspecto gráfico como argumental": *Noticiero Universal*, Barcelona, sección Espectáculos, 9 de diciembre de 1981, página 36.

- De Cominges, Jorge: “*Los tres caballeros*. Chillona, amanerada, trepidante e imaginativa”: *Noticiero Universal*, Barcelona, 25 de junio de 1983.
- De Cominges, Manuel: “Mary Poppins vuelve a casa”: *La Información de Madrid*, Madrid, 16 de octubre de 1994, páginas 322-323.
- De la Peña Palacios, Eva María: “Del sexismo a la Igualdad. La escuela coeducadora”: *Fórmulas para la Igualdad* nº 2, Proyecto NEMESIS, Iniciativa Comunitaria EQUAL, Fundación Mujeres, Mancomunidad de Municipios Valle del Guadiato, Córdoba, 2007. Disponible en: <http://www.fundacionmujeres.es/maletincoeducacion/pdf/CUAD2horiz.pdf>
- De los Reyes Lozano, Julio: “La traducción de canciones en el cine de animación. Estrategias y elecciones en las versiones española, francesa e italiana de “Let it Go”, Disponible en: <https://savoirsenprisme.com/numeros/04-2015-langue-et-musique/la-traduccion-de-canciones-en-el-cine-de-animacion-estrategias-y-elecciones-en-las-versiones-espanola-francesa-e-italiana-de-let-it-go/>
- De Vicente, Eduardo: “Una bestia igual de bella”: *El Periódico*, Barcelona, sección Espectáculos – Crítica de Cine, 26 de noviembre de 1996, página 59.
- Del Pozo, Edith: “La mujer y los Medios de Comunicación de Masas” en *Documentación Social: Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, Mujer*, nº 105, octubre-diciembre 1996, Caritas Española, Madrid, 1996.
- Del Pozo, Mariano: “En 1923 comenzó la gran aventura Disney: 60 años de fantasía”: *Mundo Cristiano*, sección Cine, julio-agosto 1983, páginas 26-29.
- Del Río Pereda, Pablo: *Psicología de los medios de comunicación: Hacia el diseño sociocultural en comunicación audiovisual*, Proyecto editorial: Ciencias de la Información nº 10, Editorial Síntesis, S.A., Madrid, 1996.
- Díaz-Piaja, Fernando: “Tranquilizador Walt Disney”: *ABC*, 27 de marzo de 1987, página 117.
- Dirección General de Cinematografía: *Datos de 1976*, 2ª Epoca, Año 2, Nº 4, Ministerio de Cultura, Madrid, 1977.
- Dirección General de Cinematografía: *Datos Informativos Cinematográficos. Productoras, Distribuidoras, Directores. Años 1965-1976*, Ministerio de Cultura, 1977.
- Dirección General de Promoción del Libro y de la Cinematografía: *Datos de 1977-1978-1979*, 2ª Epoca, Años 3, 4, 5, Nº 5, Ministerio de Cultura, Madrid, 1980.
- Dobrow, Julia R. y Gidney, Calvin L.: “The Good, the Bad, and the Foreign: The Use of Dialect in Children’s Animated Television”, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Sciences*, Volume 557, May 1998, SAGE Periodicals Press, Thousand Oaks, páginas 105-114.



- Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand: *How to Read Donald Duck. Imperialist Ideology in the Disney Comic*, I.G. Editions Inc., New York, 1991 (traductor: David Kunzle; título original: *Para leer al Pato Donald*, Ediciones Universitarias de Valparaíso, Valparaíso, 1971).
- E.P.: “Así ha evolucionado la brecha salarial en la última década”: *Expansión*, Sección Economía, Unidad Editorial Información Económica, 5 de agosto de 2017. Disponible en: <http://www.expansion.com/economia/2017/08/05/5985c190ca474128698b4570.html>
- E.S.: “La pócima mágica del ‘Bibidi Bobidi Bo’”: *El Independiente*, 21 de junio de 1991, página 31.
- Eagly, Alice H.: *Sex Differences in Social Behavior: A Social-Role Interpretation*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, 1987.
- Eco, Umberto: *Obra abierta*, 3ª edición, Editorial Ariel, S.A., Barcelona, 1990 (Título original: *Opera aperta*, Traducción de Roser Berdagué, Casa Editrice Valentino Bompiani & C.S.p.A., 1962).
- Eco, Umberto: *Tratado de semiótica general*, 5ª edición, Palabra en el Tiempo 122, Editorial Lumen, 1991 (Título original: *A Theory of Semiotics*, Traducción de Carlos Manzano, Primera edición: Valentino Bompiani & Co., 1976).
- Egido, Luciano G.: “*La Cenicienta*. Un clásico de Walt Disney”: *El Independiente*, Madrid, sección Cine, 9 de julio de 1991.
- Escandell Bozada, Marina: “Estereotipos femeninos en Disney: hacia un cuento no sexista”, Trabajo de Final de Grado de Traducción e Interpretación, Universitat de Vic, Vic, 2013.
- Estudios en el Marco del Programa de Acción Comunitario para la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (1996-2000): *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación. Informe final, Junio 1997*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2000.
- Fagoaga, Concha: “La maternidad representada en los medios de comunicación” en Seminario Interdisciplinar Mujeres y Sociedad SIMS: *Anuario de Hojas de Warmi. Investigació per al feminisme, la cooperació i la solidaritat*, Seminario Interdisciplinar Mujeres y Sociedad SIMS, Universitat de Barcelona, Barcelona 1996.
- Fairclough, Norman: *Discourse and Social Change*, Blackwell Publishers Ltd, Oxford, 1992.
- Fast, Julius y Barbara: *Hablando entre líneas: Cómo significamos más de lo que decimos* (Ensayo de metacomunicación), Editorial Kairós, S.A., Barcelona, 1981.
- Fecé, Josep Lluís: “Funky Disney”: *Diario de Barcelona*, Barcelona, sección Cinema, 2 de enero de 1990.

- Fernández, Angel: “*La Bella y la Bestia* logra vender 900.000 copias de vídeo en nueve días”: *El Mundo*, Madrid, sección Cultura, 17 de septiembre de 1993, página 41.
- Fernández, Angel: “Un placer audiovisual. *Fantasia*, la joya de la casa Disney”: *El Mundo*, Madrid, sección Vídeo, 25-31 de octubre de 1991, página 55.
- Fernández, Francisco J.: “Disney da un giro a sus películas de animación con la nueva *Hércules*. Mitología y realidad”: *Diario Médico*, Madrid, sección Entorno, 26 de noviembre de 1997, páginas 21-22.
- Fernández, Juan, coordinador: *Género y sociedad*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1998.
- Fernández, Juan: “Identidad sexual e identificación de género”, *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.
- Fernández, Juan, coordinador: *Intervención en los ámbitos de la sexología y de la generología*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 2000.
- Fernández, Juan, coordinador: *Nuevas perspectivas en el desarrollo del sexo y el género*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1988.
- Fernández, Juan, coordinador: *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.
- Fernández, Rafael: “El imperio de Walt Disney ya no fabrica sueños”: *Tiempo*, 31 de diciembre de 1984, páginas 99-101.
- Fernández, Ramona: “Pachuco Mickey” en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Fernández Caballero, F.: “*Hércules*, un Disney con otro estilo”: *Córdoba*, Córdoba, sección Sociedad, 26 de diciembre de 1997, página 54.
- Fernández Cuenca, Carlos: “La obra maestra de Walt Disney. Pompeya y Palace: *Fantasia* (norteamericana)”: *YA*, sección El Mundo de la Pantalla, 24 de septiembre de 1957.
- Fernández-Fígares Romero de la Cruz, M<sup>a</sup> Dolores: Tesis doctoral: *El cine etnográfico en España y la colonización del imaginario*, Universidad de Granada, Granada, 2000.
- Flecha García, Consuelo: “Algunos aspectos sobre la mujer en la política educativa durante el régimen de Franco”: *Historia de la educación*: Revista universitaria nº 8, Universidad de Salamanca, Salamanca, diciembre-enero 1989.
- Folch, Jordi: “*Peter Pan*”: *Diario Español*, Tarragona, sección Crítica de Cine, 24 de junio de 1986.

- Folch, Jordi: “*Tarón y el caldero mágico*”: *Diario Español*, Tarragona, sección Tiempo de Cine, 25 de diciembre de 1985.
- Folguera Crespo, Pilar: “Parte V: Las mujeres en la España contemporánea” en *Historia de las mujeres en España*, Editorial Síntesis, S.A., Madrid, 1997.
- Freddy: “Cinemáspeque”: *El País*, Madrid, 27 de agosto de 1989.
- Fuertes, Antonio: “Redefinición sexual y de género”, *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.
- G.M.: “Walt Disney todavía”: *Vida Nueva*, 10 de septiembre de 1983.
- Gaitán Moya, Juan Antonio y Piñuel Raigada, José Luis: *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*, Proyecto Editorial Ciencias de la Información, Editorial Síntesis, S.A., Madrid, 1998.
- Gallagher, Margaret: “Mujeres y hombres en los medios de comunicación”: *Revista de Ciencias de la Información*, Facultad de Ciencias de la Información, N° extraordinario, Editorial Complutense, Madrid, 1995 (en Communication Research Trends; traducción por Agustín Gómez Cascales).
- Garcí, José Luis: “*Bambi*”: *Mundo Obrero*, 12 de mayo de 1979.
- García, Pío: “*Los aristogatos de Walt Disney*”: *Alcázar*, 13 de diciembre de 1971.
- García de Cortázar, Marisa: “Estructura laboral de las mujeres españolas” en García de León, María Antonia, García de Cortázar, Marisa, y Ortega, Félix eds.: *Sociología de las mujeres españolas*, Editorial Complutense, S.A., Madrid, 1996.
- García de León, María Antonia: *Élites discriminadas (Sobre el poder de las mujeres)*, Biblioteca A: sociedad, nº 12, Editorial Anthropos, Barcelona, 1994.
- García de León, María Antonia, García de Cortázar, Marisa, y Ortega, Félix eds.: *Sociología de las mujeres españolas*, Editorial Complutense, S.A., Madrid, 1996.
- García Galera, María Carmen: “Incidencia de la violencia televisiva en el proceso educativo infantil”, *Cuadernos de Realidades Sociales*, N° 51-52, enero 1998, Instituto de Sociología Aplicada de Madrid, Madrid, páginas 99-122.
- Garrido González, Elisa, ed., Folguera Crespo, Pilar, Ortega López, Margarita, y Segura Graiño, Cristina: *Historia de las mujeres en España*, Letras Universitarias, Editorial Síntesis, S.A., Madrid, 1997.
- Gergen, Mary M. y Davis, Sara N., eds.: *Towards a New Psychology of Gender*, Routledge, New York, 1997.
- Gero Tranco, Eugenio: “*Peter Pan*”: *Hola*, 8 de mayo de 1986.

- Gil, Crisitina: “Nace un nuevo personaje para los niños de todo el mundo. Basil, un inteligente y simpático ratón creado por Disney”: *YA*, Madrid, sección Los Suplementos Diarios de *YA* Fin de Semana, 5 de diciembre de 1986.
- Gil, Crisitina: “Raúl García presenta *Pocahontas*, el filme más arriesgado de la compañía. ‘Disney no es una factoría que hace películas como si fueran churros’”: *YA*, Madrid, sección Espectáculos, 26 de octubre de 1995, páginas 454-455.
- Giles, Howard y Robinson, W. Peter: *Handbook of Language and Social Psychology*, John Wiley & Sons Ltd., West Sussex, 1990.
- Giroux, Henry A.: *The Mouse that Roared. Disney and the End of Innocence*, Culture and Education Series, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., Lanham, 1999.
- Gómez Pérez, Rafael: *La cultura a través del cine*, Editorial El Drac, S.L., Madrid, 1996.
- Gómez Singler, Dr. Juan José en *Citius Altius Fortius*, tomo V, Fasc. 4, Madrid, 1963, citado en Instituto de la Mujer: *Mujer y Deporte*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid, 1990.
- González, Enric: “Algo más que dibujos: Los beneficios brutos de Walt Disney han duplicado los 120.000 millones de dólares invertidos en los últimos siete años”: *El País*, Barcelona, sección Internacional, 22 de septiembre de 1991.
- González Alafita, M<sup>a</sup> Eugenia, Villasuso, Mariana y Rivera, Tania: “Las princesas de Disney: lo que aprenden las niñas mexicanas a través de las películas”, *Revista Comunicación*, N<sup>o</sup> 10, año 2012, PP.1505-1520, ISSN 1989-600X.
- González Alcantud, José Antonio: “Razón antropológica, vanguardia artística y sentido común. En torno a la heurística ‘subjetivo/objetivo’”: *Fundamentos de Antropología*, n<sup>o</sup> 3, 1994, Centro de Investigaciones Etnológicas Angel Ganivet, Diputación Provincial de Granada, páginas 52-63.
- González de Rivas, M. Rosario, lead author: “Policy Statement – Impact of Music, Music Lyrics, and Music Videos on Children and Youth”, Council on Communications and Media, *Pediatrics* 2009; 124; 1488; originally published online October 19, 2009; DOI-10.1542/peds. 2009-2145.
- González Requena, Jesús (comp.): *El análisis cinematográfico. Teoría y práctica del análisis de la secuencia*, Colección Manuales, Editorial Complutense, S.A., Madrid, 1995.
- Gorina, Alejandro: “*Alicia en el país de las maravillas*. Sólo la animación podía representar el irreal mundo de Lewis Carroll”: *Noticiero Universal*, Barcelona, 11 de abril de 1981.
- Gorina, Alejandro: “*Dumbo*”: *Fotogramas*, Coleccionables: Las películas más famosas de la historia, junio de 1986, páginas 55-62.

- Gorina, Alejandro: “*La bruja novata*. Para repetir el éxito de *Mary Poppins*”: *Noticiero Universal*, 25 de agosto de 1981.
- Gorina, Alejandro: “*Mary Poppins*”: *Fotogramas*, Barcelona, Coleccionables: Las películas más famosas de la historia, diciembre de 1988.
- Gorina, Alejandro: “*Pinocho*”: *Fotogramas*, Barcelona, Coleccionables: Las películas más famosas de la historia, enero de 1988, páginas 71-77.
- Grant, John: *Encyclopedia of Walt Disney's Animated Characters From Mickey Mouse to Hercules*, Third Edition, Hyperion, New York, 1998.
- Griffin, Sean: *Tinker Belles and Evil Queens. The Walt Disney Company from the Inside Out*, New York University Press, New York, 2000.
- Grima, Javier: “*Aladino*. Una película tan maravillosa como la lámpara”: *La Nación*, Madrid, sección Cine, 15 de diciembre de 1993, página 28.
- Grima, Javier: *El jorobado de Notre Dame* (El gran milagro de las obras de arte)”: *La Nación*, Madrid, sección Cine, 22 de enero de 1997, páginas 470-471.
- Grover, Ron: *El Toque Mágico de Disney*, McGraw-Hill/Interamericana de México, S.A. de C.V., Naucalpan, 1992 (*The Disney Touch*, McGraw-Hill, 1991).
- Guarner, José Luis: “*Tod y Toby*”: *El Periódico*, sección Cine/Crítica, 24 de diciembre de 1981.
- Gubern, Román: “Adiós Hollywood, Adiós” en *Comunicación y cultura de masas*, Ediciones Península, Barcelona, 1977.
- Gubern, Román: “Breve antropología del olimpo cinematográfico” en *Comunicación y cultura de masas*, Ediciones Península, Barcelona, 1977.
- Gubern, Román: “De la mujer objeto, al hombre objeto” en *Comunicación y cultura de masas*, Ediciones Península, Barcelona, 1977.
- Gubern, Román: “Industria cultural y democracia en España” en *Comunicación y cultura de masas*, Ediciones Península, Barcelona, 1977.
- Gubern, Román: “La saga cinematográfica del “¡Arriba España!”” en *Comunicación y cultura de masas*, Ediciones Península, Barcelona, 1977.
- Guerrero Serón, Antonio: “Nivel educativo de la población femenina española como proceso de construcción social” en *Sociología de las mujeres españolas*, Editorial Complutense, Madrid, 1996.
- Guzmán, Almudena: “El recuerdo más sentimental”: *El Globo*, Madrid, sección Agenda/Cine, 11 de julio de 1988.
- Gutti, Antonio: “El Disney más tierno”: *Cinco Días*, Madrid, sección Cine, 7 de diciembre de 1988.

- Hanson, Patricia King y Hanson, Stephen L., eds.: *Film Review Index*, vol. 1 (1882-1949) y vol. 2 (1950-1985), The Oryx Press, Phoenix, 1986.
- Hargreaves, David J. y Colley, Ann M. eds.: *The Psychology of Sex Roles*, Harper & Row, Publishers, London, 1986.
- Harris, Ian M.: *Messages Men Hear: Constructing Masculinities*, Series “Gender, Change & Society: 1”, Taylor & Francis Ltd., London, 1995.
- Haas, Linda: ““Eighty-Six the Mother”. Murder, Matricide, and Good Mothers” en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Hernández Sacristán, Carlos: *Culturas y acción comunicativa. Introducción a la pragmática intercultural*, Lenguaje y Comunicación, número 13, Ediciones OCTAEDRO, S.L., Barcelona, 1999.
- Hernández Velasco, Irene: “¿Es tan fiero como lo pintan? *El rey león*, de Walt Disney, recibe abundantes críticas”: *El Mundo*, Madrid, sección UVE, 20 de agosto de 1994, páginas 240-241.
- Herrero Sánchez, Natalia: “La imagen de la mujer en publicidad”, *Revista del Instituto Nacional del Consumo*. Ministerio de Sanidad y Consumo, n<sup>o</sup> 36, fecha octubre de 1996, páginas 43-53.
- Herreros, Enrique: “Tras el éxito de *Aladino*, la factoría Disney preparas su próximo gran golpe, *The Lion King*”: *ABC*, Madrid, sección Espectáculos, 15 de marzo de 1993, página 91.
- Hervás, Mercedes: “Demanda contra Hollywood por una imagen de Blancanieves”: *El Periódico*, Barcelona, 1 de abril de 1989.
- Hervás, Mercedes: “*El rey león* abre una nueva era Disney. La cinta, en la que no aparecen seres humanos, narra la vida de un cachorro. Seiscientos dibujantes y técnicos han trabajado tres años en el proyecto. Elton John y Tom Rice son los autores de la banda sonora de la película”: *El Periódico*, Barcelona, sección Espectáculos, 19 de junio de 1994, páginas 242-245.
- Hervás Fernández, Gloria: *La comunicación verbal y no verbal: Teoría y actividades*, Editorial Playor, Madrid, 1998.
- Hesse-Biber, Sharlene: “Qualitative or Mixed Methods Research Inquiry Approaches: Some Loose Guidelines for Publishing in *Sex Roles*”: *S. Sex Roles*, January 2016, Volume 74, Issue 1, páginas 6-9.
- Hiaasen, Carl: *Team Rodent: How Disney Devours the World*, The Library of Contemporary Thought, The Ballantine Publishing Group, New York, 1998.

- Holland, Dorothy y Quinn, Naomi, eds.: *Cultural Models in Language & Thought*, Cambridge University Press, New York, 1987.
- Holland, Dorothy y Skinner, Debra: “4. Prestige and intimacy. The cultural models behind Americans’ talk about gender types” Dorothy Holland y Naomi Quinn, eds.: *Cultural Models in Language & Thought*, Cambridge University Press, New York, 1987.
- Holsti, O.: *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*, Addison-Wesley, Reading, 1969.
- Hoffnung Garskof, Michelle, ed.: *Roles Women Play: Readings Toward Women’s Liberation*, Wadsworth Publishing Company, Inc., Belmont, 1971.
- Hyde, Janet Shibley: “The Gender Similarities Hypothesis”, *American Psychologist*, 60, no. 6, September 2005, páginas 581-592.
- Hynes, Ashlee: “Raising Princesses? Gender socialisation in early childhood and the Disney Princess franchise”, *Critical Social Thinking: Policy and Practice*, Vol. 2, 2010, School of Applied Social Studies, University College Cork, Ireland, 2010. Disponible en: <http://cst.ucc.ie>
- INE, “1.1 Tasas de empleo según grupos de edad. Brecha de género”, Productos y Servicios... Empleo (actualizado 17 noviembre 2016), INE, 2016. Disponible en: [http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259925463013&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888](http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925463013&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888)
- INE, “1.3 Participación de los trabajadores a tiempo parcial y de los trabajadores con contrato temporal”, Productos y Servicios... Empleo (actualizado 17 noviembre 2016), INE, 2016. Disponible en: [http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259925461713&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888](http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925461713&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888)
- INE, “3.6 Graduados según nivel educativo. Pruebas de acceso a la universidad. Estudiantes matriculados en educación universitaria”, Productos y Servicios... Educación (actualizado 21 junio 2016), INE, 2016. Disponible en: [http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259925481211&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888](http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481211&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888)
- INE, “8.4 Mujeres en altos cargos públicos y privados”, Productos y Servicios... Poder y toma de decisiones (actualizado 24 enero 2017), INE, 2017. Disponible en:

[http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259925595694&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888](http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925595694&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888)

INE, “Movimiento Natural de la Población (Nacimientos, Defunciones y Matrimonios). Indicadores Demográficos Básicos. Año 2015. Datos provisionales”, Notas de prensa, INE, 23 de junio de 2016. Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/np976.pdf>

Ingelmo, Pedro: “Asuntos nada inocentes (*Hércules*)”: *Diario de Jerez*, Cádiz, sección Ocio, 5 de diciembre de 1997, página 18.

Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Ministerio de Cultura: *Boletín Informativo: Anexo Cultura en Cifras: Películas, Recaudaciones, Espectadores, Años 1994, 1993, 1991, 1989, 1988, 1987, 1986*.

Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Ministerio de Cultura: *Boletín Informativo del Control de Taquilla, Año 1985, 2ª Epoca, Año 11, Nº 13; Año 1984, 2ª Epoca, Año 10, Nº 12; Año 1983, 2ª Epoca, Año 9, Nº 11; Año 1982, 2ª Epoca, Año 8, Nº 9; Año 1981, 2ª Epoca, Año 7, Nº 8; Año 1980, 2ª Epoca, Año 6, Nº 6*.

Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Ministerio de Cultura: *Cinematografía: Datos Estadísticos año 1990*.

Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Ministerio de Cultura: *Cinematografía. Estudio Estadístico 1992*.

Instituto de la Mujer: *Imágenes de las Mujeres en los Medios de Comunicación*, Informe Final (Junio 1997), Estudios en el Marco del Programa de Acción Comunitario para la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (1996-2000), Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2000.

Instituto de la Mujer: *Instituto de la Mujer*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 1997.

Instituto de la Mujer: *La mujer en cifras: una década, 1982-1992*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid, 1992.

Instituto de la Mujer: *Las Mujeres en Cifras: 1997*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 1997.

Instituto de la Mujer: *Las Mujeres en Cifras: 2001*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2001. (aún por publicar, en los archivos informáticos del Instituto de la Mujer)

Instituto de la Mujer: *Mujer y Deporte*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid, 1990.



- Instituto de la Mujer: “El Sexismo en el Lenguaje”: *Revista Mujeres*, nº 18, 2º trimestre 1995, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 1995.
- Ísleifsdóttir, Íris Alda: “From Snow White to Tangled. Gender and Genre Fiction in Disney’s “Princess” Animations”, Háskóli Íslands, Reykjavík, 2013.
- Izaguirre, Carmelo: “101 Dálmatas y Pinocho se convertirán en personajes reales”: *YA*, Madrid, sección Espectáculos, 16 de mayo de 1995, página 55.
- Izaguirre, Carmelo: “Los estudios inician una nueva etapa con producciones más serias y maduras. Disney deja atrás los cuentos de hadas con el rodaje de *El rey león*”: *YA*, Madrid, sección Espectáculos, 31 de julio de 1994, página 36.
- J.A.: “El ratón Basil compite con Mickey en su propia casa. Un nuevo personaje para el último Disney”: *ABC*, Madrid, 3 de noviembre de 1986.
- J.M.L.: “*Blancanieves y los siete enanitos*”: *La Vanguardia*, 2 de marzo de 1986, página 28.
- Jackson Harris, Richard: *A Cognitive Psychology of Mass Communication*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, 1989.
- Jarvie, I.C.: *Sociología del cine*, Ediciones Guadarrama, S.A., Madrid, 1974 (*Towards a Sociology of the Cinema*, Routledge & Kegan Paul, London, 1964).
- Jeffords, Susan: “The Curse of Masculinity. Disney’s *Beauty and the Beast*” en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Jerez Hernández, Ana: “La reproducción de actitudes y valores sexistas en los libros de texto escolares” en Ballarín, Pilar y Ortiz, Teresa, eds.: *La Mujer en Andalucía*, 1er Encuentro Interdisciplinar de Estudios de la Mujer, Universidad de Granada, Granada, 1990.
- Jones, Russell A.: *Research Methods in the Social and Behavioral Sciences*, Sinauer Associates, Inc., Sunderland, 1985.
- Jung, Carl G.: *El hombre y sus símbolos*, 6ª edición, Biblioteca Universal Contemporánea, Barcelona 1997 (Título original: *Man and His Symbols*, Traducción de Luis Escobar Bareño, 1ª edición 1964).
- Kaplan, E. Ann: *Las mujeres y el cine (A ambos lados de la cámara)*, Serie Feminismos, Ediciones Cátedra, S.A., Madrid, 1998 (*Women and Film. Both Sides of the Camera*, Routledge, 1983).
- Khan, Omar: “Disney, un imperio acorralado”: *cinemanía*, nº 34, julio de 1998, páginas 90-93.
- Kramarae, Cheris: “Changing the Complexion of Gender in Language Research” en Giles, Howard y Robinson, W. Peter: *Handbook of Language and Social Psychology*, John Wiley & Sons Ltd., West Sussex, 1990

- L.L.S.: “Disneismo sin Disney: *Los aristogatos*”: *ABC*, 30 de diciembre de 1971.
- L.L.S.: “Una gran película de fantasía: *La bruja novata*”: *ABC*, 29 de octubre de 1972.
- Ll.B.M.: “*El libro de la selva*”: *La Vanguardia*, 21 de diciembre de 1979.
- Ll.B.M.: “*Los tres caballeros*”: *La Vanguardia*, 26 de agosto de 1978.
- Ll.B.M.: “*Peter Pan*”: *La Vanguardia*, 5 de enero de 1979.
- Lacoste, Jesús A.: Breves historias inspiradoras para los emprendedores y líderes del siglo XXI, Bubok Editorial, 2016. Disponible en <http://www.bubok.es/libros/231915/Breves-historias-inspiradoras-para-los-emprendedores-y-lideres-del-siglo-XXI> [9 de febrero de 2017]
- Lagny, Michele: *Cine e historia. Problemas y métodos en la investigación cinematográfica*, Bosch Casa Editorial, S.A., Barcelona, 1997 (*De l'Histoire du Cinéma. Méthode historique et histoire du cinéma*, Armand Colin Éditeur, 1992, traducción por J. Luis Fecé)
- Lara, Antonio: “Música e imágenes”: *El Pib*, sección Cine, 24 de marzo de 1977.
- Lara, Antonio: “Sherlock Holmes, en versión ratonil. *Basil, el ratón superdetective*”: *YA*, 23 de diciembre de 1986.
- Lara, Antonio: “*Tarón y el caldero mágico*. La sombra de Walt Disney”: *YA*, Madrid, 31 de diciembre de 1985.
- Lledó, Eulalia: “Reflexiones sobre redactados androcéntricos” en Instituto de la Mujer: “El Sexismo en el Lenguaje”: *Revista Mujeres*, nº 18, 2º trimestre 1995, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 1995.
- Llorens Mellado, Ana: “150 canciones para trabajar la prevención de la violencia de género en el marco educativo”, *Propuesta didáctica*, Servicio de Educación; Ayuntamiento de Valencia, 1ª edición, 2013. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0B4qpXReqG67yQm9xcS15WUxES2M/view>. [12 de febrero de 2017].
- López, Diego P.: “*Hércules*, fiel al creador y al mercado”: *La Verdad de Albacete*, Albacete, sección Cultura – Crítica de Cine, 7 de diciembre de 1997, página 61.
- López, Félix: “Reajuste sexual y de género en la vejez”, *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.
- López Iturriaga, Mikel: “Cuidado con el león. No todo es rosa en *El rey león*, la última fantasía de la Disney. Tras su impecable factura se agazapan ideología reaccionaria y moralismo

- curse.”: *El País de las Tentaciones*, Madrid, sección Cine, 18 de noviembre de 1994, páginas 402-408.
- López Sancho, Lorenzo: “Robin Hood”: *ABC*, 11 de diciembre de 1974.
- Lorber, Judith y Farrell, Susan A., eds.: *The Social Construction of Gender*, SAGE Publications, Inc., Newbury Park, 1991.
- Losa, José Luis: “Aladdin: Disney lava siempre más blanco”: *El Correo Gallego*, La Coruña, sección Santiago – El Cine, 14 de diciembre de 1993, página 36.
- Luchini, Alberto: “Amor a primer ladrido. Reposición de uno de los grandes clásicos de Walt Disney”: *Metrópoli*, Madrid, sección Cine, 20 de junio de 1997, página 18.
- Luna, Joaquín: “Los bisnietos de Víctor Hugo contra Disney”: *La Vanguardia*, Barcelona, sección Espectáculos, 12 de marzo de 1997, página 50.
- M.M.: “Los aristogatos”: *Diario 16*, sección Crítica, 11 de agosto de 1988.
- M.T.: “101 dálmatas. Después de tantos años”: *El País*, Madrid, sección Espectáculos, 18 de abril de 1995, página 44.
- Machuca, Pablo: “Marcha de las Mujeres: multitudinaria protesta mundial contra las políticas de Trump”, *Huffington Post*, 21 de enero de 2017. Disponible en [http://www.huffingtonpost.es/2017/01/21/marcha-mujeres-fotos\\_n\\_14301602.html](http://www.huffingtonpost.es/2017/01/21/marcha-mujeres-fotos_n_14301602.html)
- Mancinas Chávez, Rosalba, Nogales Bocio, Antonia Isabel y Barriga Cano, María José: “Evolución de estereotipos de género en Disney: Análisis desde la perspectiva crítica”, Ponencia para el *III Congreso Universitario Nacional, “Investigación y Género”*, Universidad de Sevilla, Sevilla, 2011.
- Mañeru, Ana: “Lenguaje y diferencia sexual” en Instituto de la Mujer: “El Sexismo en el Lenguaje”: *Revista Mujeres*, nº 18, 2º trimestre 1995, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 1995.
- Maplesden, Allison: “Embodying Disney Dreams: The Representation of Femininity and Whiteness in Recent Disney Animated Films: a Thesis Submitted to the Victoria University of Wellington in Fulfilment of the Requirements for the Degree of Master of Arts in Film”, Master’s Thesis, Victoria University of Wellington, Wellington, 2009.
- Marí-Klose, Marga y Nos Colom, Anna: *Itinerarios Vitales: Educación, trabajo y fecundidad de las mujeres*, Serie “Opiniones y actitudes” nº 27, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1999.
- Marinero, Francisco: “Lejos del Olimpo”: *Metrópoli*, Madrid, sección Crítica, 28 de noviembre de 1997, página 21.

- Marinero, Francisco: “Muy lejos del Olimpo”: *El Mundo de Madrid*, Madrid, sección Escenarios, 28 de noviembre de 1997, página E1.
- Marinero, Francisco: “Ratones heroicos. Dulces navideños para los ‘peques’”: *El Mundo*, Madrid, sección Crítica, diciembre de 1991.
- Marinero, Francisco: “*Robin Hood*”: *Guía de Madrid*, Madrid, sección Crítica, diciembre de 1982, página 10.
- Marinero, Manolo: “*La dama y el vagabundo*”: *Guía de Madrid*, sección Crítica, 15 de julio de 1988, página 12.
- Marlasca Jr., Manolo: “Vuelve, en dibujos animados, *El libro de la selva*, la película soñada por Disney”: *YA*, Madrid, sección Fin de Semana, 4 de diciembre de 1987, páginas 56-57.
- Marshment, Margaret: “The Picture is Political: Representation of Women in Contemporary Popular Culture”: *Introducing Women’s Studies. Feminist Theory and Practice*, eds. Diane Richardson y Victoria Robinson, The Macmillan Press Ltd., London, 1993.
- Martí, Octavi: “Geografía fantástica”: *El País*, Madrid, sección Cine, 11 de abril de 1988.
- Martí, Octavi: “Por duplicado”: *El País*, Madrid, sección Cine, 17 de diciembre de 1986.
- Martín, José Luis: “Quasimodo, el nuevo ídolo de los niños”: *El Mundo*, Madrid, sección Madrid, 1 de noviembre de 1996, página 7.
- Mayayo, Cristina: “*La Bella y la Bestia*, derroche de imaginación y color”: *Época*, Madrid, 9 de marzo de 1992, páginas 75-77.
- Mayoral, Soledad: “Como en los viejos tiempos”: *El Mundo*, sección Cine, 21-27 de agosto de 1992.
- Menéndez Menéndez, María Isabel y Zurian Hernández, Francisco A.: “Mujeres y hombres en la ficción televisiva norteamericana hoy”: *Anagramas*, Medellín, Volumen 13, Nº 25, Julio-Diciembre de 2014, páginas 55-72.
- Merikaetxebarría, Antón: “Hechizo animado. *Aladdín*, magia y colorido en el nuevo éxito de los estudios Disney”: *El Correo Español*, Vizcaya, sección sábado, 20 de noviembre de 1993, página 9.
- Mesa Redonda: “El impacto de las comunicaciones sobre las ciencias sociales”: *Las creencias sociales y las técnicas de comunicación*, cuaderno nº 8, Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones, Madrid, 1977.
- Miller, Susan y Rode, Greg: “The Movie You See, The Movie You Don’t” en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.

- Miralles, Tere: “Canto al amor”: *Metrópoli*, Madrid, sección Cine, 11 de julio de 1997, página 18.
- Monzon, Daniel: “*Los rescatadores en Cangurolandia*. Un esmero técnico de un virtuosismo tal que asombraría al propio Walt Disney”: *Fotogramas*, Barcelona, sección Críticas Cine, 27 de febrero de 1992.
- Mora, Orlando A.: “Aspectos fisiológicos del climaterio y de la menopausia”, *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.
- Moreno, José Manuel: “*101 Dálmatas* recauda 4.500 millones en tres semanas”: *Diario 16*, Madrid, 13 de agosto de 1991.
- Moreno Fernández, Francisco: *Metodología Sociolingüística*, Biblioteca Románica Hispánica II. Estudios y ensayos, 372, Editorial Gredos, S.A., Madrid, 1990.
- Moreno Fernández, Francisco: *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*, Editorial Ariel, S.A., Barcelona, 1998.
- Moscardó Guillén, José: *El cine de animación en más de 100 largometrajes*, Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1997.
- Murphy, Patrick D.: “The Whole Wide World Was Scrubbed Clean. The Androcentric Animation of Denatured Disney” Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Mussen, Paul Henry, Janeway Conger, John y Kagan, Jerome: *Essentials of Child Development and Personality*, Harper & Row, Publishers, New York, 1980.
- Nash, Mary: “Historia e historiografía de las mujeres españolas” en *Sociología de las mujeres españolas*, Editorial Complutense, Madrid, 1996.
- Noceda, Nuria G.: “El realismo de *Pocahontas*. La última película de Walt Disney fue presentada ayer en Madrid”: *Diario 16*, Madrid, sección Cultura, 26 de octubre de 1995, páginas 471-472.
- Norton, Robert W.: Foundation of a Communicator Style Construct, Human Communication Research, Vol. 4, Is. 2, Blackwell Publishing Ltd, SN 1468-2958, Sp. 99, Ep. 112, 1978. Disponible en: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00600.x/abstract> [03 febrero 2017].
- O.T.R.: “La Disney celebra el 50 aniversario del filme *Fantasia*”: *YA*, 4 de septiembre de 1990.
- Observatorio de la Publicidad: *El Observatorio de la Publicidad. Informe 1.999*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid 1999.

- O'Leary, Virginia E., Kesler Unger, Rhoda, y Strudler Wallston, Barbara, eds.: *Women, Gender and Social Psychology*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, 1985.
- Olson, Kristina R.: "When Sex and Gender Collide": *Scientific American*, Special Issue: Sex and Gender, Volume 317, Number 3, September 2017.
- Oltra, Roberto J.: "*Oliver y su pandilla*. Nuevo Disney. Un lindo gatito en Nueva York": *Tiempo*, Madrid, sección Cine, 11 de diciembre de 1989.
- Osborne, Raquel: *La construcción sexual de la realidad (El debate sobre la pornografía en el seno del feminismo contemporáneo)*, Colección Tesis Doctorales N° 240/89, Editorial de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1989.
- Otero, Luis: *La Sección Femenina*, Editorial EDAF, S.A., Madrid, 1999.
- Oyen, Else, ed.: *Comparative Methodology: Theory and Practice in International Social Research*, SAGE Studies in International Sociology N° 40 (direction: International Sociological Association), SAGE Publications Ltd., London, 1990.
- P.C.: "*Los aristogatos*": *YA*, 11 de diciembre de 1971.
- P.C.: "*La bruja novata*": *YA*, 20 de octubre de 1972.
- P.V.: "¡Benditos roedores!": *Observador*, Barcelona, 6 de diciembre de 1991.
- Padrini, Francesco: *El lenguaje secreto del cuerpo: Cómo descifrarlo e interpretarlo*, Editorial de Vecchi, S.A., Barcelona, 1998.
- Palmer, Edward L.: *Television and America's Children: A Crisis of Neglect*, Oxford University Press, Inc., New York, 1988.
- Pantoja Guerrero, Dolores: "Juana Ginzo. La voz que despertaba curiosidad": *Meridiana*, Instituto Andaluz de la Mujer, mayo de 1998.
- Parrondo, Jorge: "El desafío de Walt Disney": *Revista del Sol*, 18 de noviembre de 1990.
- Parrondo, Jorge: Disney convence con *El jorobado de Notre Dame*, su nuevo monstruo bueno": *La Vanguardia*, Barcelona, sección Espectáculos, 25 de junio de 1996, páginas 196-197.
- Pastor, Rosa: "Realización sexual y de género: implicaciones psicosociales", *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección "Psicología", Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.
- Patiño Egas, Karol Mishel: "Representación de la mujer en las princesas de los filmes de Walt Disney", Tesis de fin de carrera, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, Quito, 2011.
- Payne, David: "Bambi" en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.

- Paz Otero, Héctor: “El cine de Sofia Coppola: la deconstrucción de la mirada patriarcal”, *Quaderns de Cine* – 2010, N. 5 (2010). Cine i feminisme. ISSN 1888-4571, pp. 71-76.
- Pelaez, Jesús: “*La bruja novata*, de Robert Stevenson”: *Alcázar*, 19 de octubre de 1972.
- Pérez-Reverte, Arturo: “Nos han jorobado”: *El Semanal*, Madrid, 24 de noviembre de 1996, página 16.
- Perona, Ángeles J. y del Castillo Santos, Ramón: “Pensamiento español y representaciones de género” en *Sociología de las mujeres españolas*, Editorial Complutense, Madrid, 1996.
- Peters, Jenny: “The Direct Path to Video”: *Animation Magazine – The Animation Authority*, nº 7, vol. 12, julio de 1998, páginas 27-30.
- Polo, Santiago: “La lámpara mágica. *Aladdin*, la mejor película de animación desde aquella obra maestra que fue *El libro de la selva*”: *Diario de Jerez*, Cádiz, 19 de diciembre de 1993, páginas 272-273.
- Porta, Frederic: “El *Peter Pan* de Disney sigue fascinando en EE. UU”: *El Periódico*, Barcelona, sección Espectáculos, 26 de julio de 1989.
- Porto Pedrosa, Leticia: “Proceso de socialización y cine de animación de Disney y Pixar. Estudio del tratamiento y la recepción de los conflictos emocionales en la audiencia de 5 a 11 años”, Tesis Doctoral/Mención Europea, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2013.
- Potter, Jonathan y Wetherell, Margaret: *Discourse and Social Psychology. Beyond Attitudes and Behaviour*, Sage Publications Ltd., London, 1987.
- Potts, David: “The Schwartz Theory of Basic Values and Some Implications for Political Philosophy”. Disponible en: <https://irfankhawajaphilosopher.com/2015/08/12/the-schwartz-theory-of-basic-values-and-some-implications-for-political-philosophy/> [3 de febrero de 2017].
- Propp, Vladimir: *Las raíces históricas del cuento*, 6ª edición, Colección Arte, Editorial Fundamentos, Madrid, 1998 (Título original: *Istoriceskie korni volsebnój skazki*, Traducción de José Martín Arancibia).
- Propp, Vladimir: *Morfología del cuento*, 2ª edición, Biblioteca Literaria, Básica de Bolsillo Akal, Ediciones Akal, S.A., Madrid, 1998 (Título original: *Morfologija skazki*, 1928, Traducción del francés de F. Diez del Corral).
- R.J.O.: “Los *101 dálmatas*, de Disney, treinta años después”: *Tiempo*, Madrid, 3 de abril de 1995, página 96.
- R.S.A.: “*Bambi*. El gran príncipe del bosque”: *Diario de Burgos*, Burgos, sección Cine, 26 de julio de 1993, páginas 46-47.

- Radio Films: *A su servicio: Toda la publicidad para "Bambi"*, Radio Films, S.A.E.
- Ramírez, Ana: "Así son las españolas": *La Revista de El Mundo*, Madrid, sección Portada, 7 de marzo de 1999.
- Ramos, Rafael: "*La bella y la bestia*, más dibujos para salvar a Disney de la crisis": *La Vanguardia*, Barcelona, 5 de enero de 1992.
- Ramos Jiménez, Ismael: "Desmontando a Disney. Hacia el cuento coeducativo", *I concurso para materiales curriculares con valor coeducativo. Premios Rosa Regàs*, Junta de Andalucía. Consejería de Educación. Dirección General de Innovación Educativa, 2009.
- Ray, Emily Grider: "Part of Their World: Gender Identity Found in Disney Princesses, Consumerismo and Performative Play" (2009). All Theses and Dissertations. Paper 1973. <http://scholarsarchive.byu.edu/etd>
- Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 21ª edición, Editorial Espasa Calpe, S.A., Madrid, 1992.
- Repullés Sánchez, Fernando: "La traducción de películas de animación: las producciones de la era pos-Disney; una nueva era en los dibujos animados", Tesis Doctoral, Universidad del País Vasco, Vitoria-Gasteiz, 2015.
- Revilla Rodríguez, M.: "*Aladdín*": *El Norte de Castilla*, Valladolid, sección Escuela, 2 de diciembre de 1993, páginas 7-8.
- Rivière Gómez, Ángel, et al: "El Sistema Educativo Español", Centro de Investigación y Documentación Educativa (C.I.D.E.), Centro de Publicaciones del Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid, 1988.
- Roda Fernández, Rafael: *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporáneas*. Colección "Monografías", número 106, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Siglo XXI de España Editores, S.A., Madrid, 1989.
- Rodríguez, Jacinto: "Una cita obligada: Navidad con Walt Disney": *Super-Tele*, 24-30 de diciembre de 1983, páginas 73-79.
- Roldan, José Manuel: *Historia de España*, Colección "Temas de Cultura Española", Ediciones Eurolatinas, S.A., Madrid, 1992.
- Romaine, Suzanne: *El lenguaje en la sociedad: Una introducción a la sociolingüística*, Editorial Ariel, S.A., Barcelona, 1996 (Título original: *Language in Society*, Oxford University Press, 1994, traducido por Nacho Soriano).
- Rubines, Pilar: "Volver a soñar como niños": *Magazine El Mundo*, Madrid, 2-3 de diciembre de 1989, páginas 40-41.
- Rubio, Miguel: "*Los aristogatos*, de Walt Disney": *Nuevo Diario*, diciembre de 1971.



- Ruiz, Jesús: “*Alicia en el país de las maravillas*. Un Disney surrealista”: *El Correo Catalán*, Barcelona, sección Cine, 26 de abril de 1981.
- Ruiz, Jesús: “*101 dálmatas*. Vidas de perros”: *El Correo Catalán*, Barcelona, sección Cine, 20 de junio de 1981.
- Ruiz, Jesús: “*Tod y Toby*. Herencia de Disney”: *El Correo Catalán*, Barcelona, sección Cine, 12 de diciembre de 1981.
- Ruiz, Julián: “Hijo de una lavandera y de un barbero de Mojácar: Walt Disney era de Almería”: *Interviú*, 7 de enero de 1981, página 75.
- Rus, Rafa: “*Hércules*. El exotismo de la vieja Grecia”: *Ideal de Jaen*, Jaen, sección Cultura, 10 de diciembre de 1997, página 49.
- Sainz, Salvador: “El mundo mágico de Walt Disney. El rey mago que vino de California”: *Diari de Tarragona*, 7 de enero de 1990.
- Salas, Roger: “Rubén Procopio: ‘Siempre hará falta el toque humano.’ El cine animado se abre a los ordenadores, según explica un dibujante del equipo de Walt Disney”: *El País*, Madrid, 9 de diciembre de 1986.
- Salvany, Joan: “*Dumbo*. Historia disneyana, coloreada y moralista”: *Noticiero Universal*, Barcelona, 4 de abril de 1985.
- San Martín, Dr. D. Ramón en *Cátedras Deportivas Universitarias*, Barcelona, diciembre 1962 en Instituto de la Mujer: *Mujer y Deporte*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid, 1990.
- Sánchez, Adolfo: “El desarrollo del sexo como variable estímulo durante la infancia”, *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.
- Sánchez, Adolfo: “La evolución del género durante la infancia”, *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección “Psicología”, Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.
- Sánchez, Álvaro: Un eurodiputado polaco: “Las mujeres deben ganar menos porque son más débiles y menos inteligentes”, *El País*, 2 de marzo de 2017. Disponible en [http://internacional.elpais.com/internacional/2017/03/02/actualidad/1488449299\\_579937.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2017/03/02/actualidad/1488449299_579937.html)
- Sánchez, Guillermo: “*Blancanieves y los siete enanitos*: Se presenta, al cabo del tiempo, como una pequeña obra maestra”: *Noticiero Universal*, Barcelona, 21 de diciembre de 1983.
- Sánchez, Isabel: “Disney rompe moldes con *Pocahontas*”: *El Periódico*, Barcelona, sección Espectáculos, 26 de octubre de 1995, páginas 466-469.

- Sánchez Costa, J.J.: “Disney rinde homenaje a Quasimodo”: *El Periódico*, Barcelona, sección Espectáculos, 13 de noviembre de 1996, páginas 353-356.
- Sánchez Costa, J.J.: “La magia de *La bella y la bestia* inunda Cannes”: *El Periódico*, Barcelona, 14 de mayo de 1992.
- Sánchez Costa, J.J.: “El momento dulce del dibujo animado”: *El Periódico*, Barcelona, sección Espectáculos, 6 de octubre de 1994, páginas 108-109.
- Santos Fontenla, César: “Desanimados”: *Antena Semanal*, sección La Claqueta, 5 de abril de 1987.
- Sartori, Beatrice: “Disney ‘resucita’ a Hércules y lo convierte en el protagonista de su próxima película”: *El Mundo*, Madrid, sección Cultura, 7 de abril de 1997, páginas 227-228.
- Sartori, Beatrice: “La próxima aventura de Disney. *Pocahontas*, la princesa ecologista”: *La Región*, Orense, 29 de octubre de 1995, páginas 550-553.
- Sartori, Beatrice: “*El rey leon*. El ratón que rugió, último éxito de la factoría para la pantalla grande”: *Magazín El Mundo*, Madrid, 12 de noviembre de 1994, páginas 277-282.
- Saperas, Enric: *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*, 1ª edición, Editorial Ariel, S.A., Barcelona, 1985.
- Schwartz, Shalom H. y Rubel, Tammy: “Sex Differences in Value Priorities: Cross-Cultural and Multimethod Studies”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 2005, Vol. 89, No. 6, 1010-1028.
- Sells, Laura: ““Where do the Mermaids Stand?” Voice and Body in *The Little Mermaid*” en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Sebastián, Julia y otros: “Análisis de los estereotipos sexuales en la publicidad impresa”, *Revista de Psicología General y Aplicada*, Sociedad Española de Psicología, Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid, nº 6, 1985, páginas 1115-1135.
- Semin, Gün R. y Fiedler, Klaus: “The Cognitive Functions of Linguistic Categories in Describing Persons: Social Cognition and Language”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1988, Vol. 54, No. 4, 558-568.
- Seminario Interdisciplinar Mujeres y Sociedad SIMS: *Anuario de Hojas de Warmi. Investigació per al feminisme, la cooperació i la solidaritat*, Seminario Interdisciplinar Mujeres y Sociedad SIMS, Universitat de Barcelona, Barcelona 1996.
- Sims, Ashley N.: “Representations of Gender in Disney Full-Length Animated Features Over Time”, Senior Thesis Project, Hanover College, 2012.

- Singer, Dorothy G. y Singer, Jerome L.: "Developing Critical Viewing Skills and Media Literacy in Children", *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Sciences*, Volume 557, May 1998, SAGE Periodicals Press, Thousand Oaks, páginas 164-179.
- Smoodin, Eric, ed.: *Disney Discourse: Producing the Magic Kingdom*, Routledge, New York, 1994.
- Sociedad Española de Historia de la Educación: *Mujer y educación en España, 1868-1975*, Departamento de Teoría e Historia da Educación da Universidade de Santiago, Santiago, 1990.
- Sorlin, Pierre: *Sociología del cine: La apertura para la historia de mañana*, 1ª edición en español, Fondo de Cultura Económica, S.A. de C.V., México, 1985 (*Sociologie du cinéma: Ouverture pour l'histoire de demain*, Editions Aubier-Montaigne, Paris, 1977).
- Soublette, Gastón: *Mensajes secretos del cine*, Editorial Andrés Bello, Santiago de Chile, 2001.
- Spears, Russell, Oakes, Penelope J., Erlemers, Naomi, Haslam, S. Alexander, eds.: *The Social Psychology of Stereotyping and Group Life*, Blackwell Publishers Ltd., Oxford, 1997.
- Stacey, Jackie: *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship*, Routledge, London, 1994.
- Stubbs, Michael: *Análisis del discurso. Análisis sociolingüístico del lenguaje natural*, Alianza Psicología s.20, Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1987 (*Discourse Analysis – The Sociolinguistic Analysis of Natural Language*, Basil Blackwell Publisher Ltd., 1983).
- Subirats, Marina: "Rasgos sexistas de la interacción educativa" en Ballarín, Pilar y Ortiz, Teresa, eds.: *La Mujer en Andalucía*, 1er Encuentro Interdisciplinar de Estudios de la Mujer, Universidad de Granada, Granada, 1990.
- Tannen, Deborah: *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*, Ballentine Books, New York, 1990.
- Tejero, Alicia: "Los cambios biológicos durante la adolescencia" en *Varones y mujeres. Desarrollo de la doble realidad del sexo y del género*, Colección "Psicología", Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1996.
- Tonn, Theresa: "Disney's Influence on Females Perception of Gender and Love", Master's Thesis, The Graduate School, University of Wisconsin Stout, Menomonie, 2008.
- Torreiro, M.: "El rey león. Falsas polémicas": *El País*, Madrid, sección Espectáculos – Cine, 20 de noviembre de 1994, páginas 437-438.
- Torreiro, M.: "Scherezade cabalga de nuevo": *El País*, Madrid, sección La Cultura, 22 de noviembre de 1993, página 27.

- Torres-Dulce, E.: “*El libro de la selva*. Fábula sobre la bondad del ser humano”: *Telva*, 1 de enero de 1988.
- Towbin, Mia Adessa, Haddock, Shelly A., Schindler Zimmerman, Toni, Lund, Lori K y Tanner, Litsa Renee (2004): “Images of Gender, Race, Age and Sexual Orientation in Disney Feature-Length Animated Films”, *Journal of Feminist Family Therapy*, 15:4, 19-44 DOI: 10.1300/J086v15n04\_02. Disponible en: [http://dx.doi.org/10.1300/J086v15n04\\_02](http://dx.doi.org/10.1300/J086v15n04_02)
- Trenzado Romero, Manuel: *Aspectos políticos del cine español en la transición democrática (1975-1983)*, Tesis Doctoral: Universidad de Granada, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Departamento de Ciencia Política y de la Administración, Granada, 1995.
- Tudor, Andrew: *Cine y comunicación social*, Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona 1974 (*Image and the Visual Arts, Studies in the Sociology of Film*, George Allen & Unwin Ltd., London, 1974, traductor: Justo G. Beramendi).
- Turin, Adela: *Los cuentos siguen contando... Algunas reflexiones sobre los estereotipos*, cuadernos inacabados, horas y HORAS la editorial, Madrid, 1995.
- Úbeda-Portugués, Alberto: “*Los aristogatos*. Una película eterna, con grandes canciones y muchísimo humor, en el París de la Belle Époque”, *La Información de Madrid*, Madrid, sección Movida, 22 de junio de 1994, páginas 298-301.
- Úbeda-Portugués, Alberto: “*El rey león*. Demasiado perfecto”: *La Información de Madrid*, Madrid, sección Ocio – Cine, 20 de noviembre de 1994, páginas 441-442.
- Vargas, Ana: “La palabra en los medios de comunicación” en Instituto de la Mujer: “El Sexismo en el Lenguaje”: *Revista Mujeres*, nº 18, 2º trimestre 1995, Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 1995.
- Vivar Zurita, Hipólito: *La imagen animada. Análisis de la forma y el contenido del dibujo animado*, Colección Tesis Doctorales Nº 257/88, Editorial de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1988.
- Wainwright, Gordon R.: *El lenguaje del cuerpo*, Ediciones Pirámide, Madrid, 1998 (título original: *Body Language*, traductor: Carmen Más Díaz-Ufano).
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *La bella y la bestia*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *Blancanieves y los siete enanitos*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *La Cenicienta*, Warner Española, S.A.

- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *Fantasía*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *El jorobado de Notre Dame*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *Oliver y su pandilla*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *Peter Pan*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *Pocahontas*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *Los rescatadores*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *Los rescatadores en cangurolandia*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *Robin Hood*, Warner Española, S.A.
- Warner Española, S.A., Departamento de Publicidad, Press Book de: *La sirenita*, Warner Española, S.A.
- Wasko, Janet, Phillips, Mark y Meehan, Eileen R.: *Dazzled by Disney? The Global Disney Audiences Project*, Studies in Communication and Society Series, Leicester University Press, London, 2001.
- Wasko, Janet: *Understanding Disney. The Manufacture of Fantasy*, Polity Press y Blackwell Publishers Inc., Malden, 2001.
- Wasserman, Raquel: *El lenguaje cinematográfico: UN IDIOMA*, Ediciones Corregidor, Buenos Aires, 1983.
- Webb, E.J., Campbell, D.T., Schwartz, R.D., Sechrest, L., y Grove, J.B.: *Nonreactive measures in the Social Sciences*, (2ª edición), Houghton Mifflin, Boston, 1981.
- Williams, Frederick, La Rose, Robert y Frost, Frederica: *Children, Television and Sex-Role Stereotyping*, Praeger Publishers, New York, 1981.
- Williams, John E. y Best, Deborah L.: *Measuring Sex Stereotypes: A Multinational Study*, Cross-Cultural Research and Methodology Series, Volume 6 (revised edition), SAGE Publications, Inc., Newbury Park, 1990.
- Windmiller, Myra, Lambert, Nadine, y Turiel, Elliot: *Moral Development and Socialization*, Allyn and Bacon, Inc., Boston, 1980.

- Wippermann, Carsten: “Women in Executive Positions: Barriers and Bridges”, Gender Equality, Federal Ministry for Family Affairs, Senior Citizens, Women and Youth, Marzo 2010. Disponible en: <https://www.bmfsfj.de/blob/93878/24ef73d6200f47c4b5c25702af30bec4/frauen-in-fuehrungspositionen-englisch-data.pdf>
- Wolfenstein, Martha y Leites, Nathan: *Movies: A Psychological Study*, Hafner Publishing Company, Inc., New York, 1971.
- Wong, Deanna: “The Effects of Mass Media and Technological Advancement on Evolving Gender Identities”, Master’s Thesis, City University of Seattle, Seattle, 2016.
- Xesteira, J.A.: “*Aladdin*. Gualdisnei típico”: *Faro de Vigo*, Pontevedra, sección Fin de Semana, 26 de noviembre de 1993, páginas 411-412.
- Xesteira, J.A.: “*101 dálmatas*. El eterno retorno”: *Faro de Vigo*, Pontevedra, sección Fin de Semana – Cine, 7 de abril de 1995, página 3.
- Yzaguirre, Christine M.: “A Whole New World? The Evolution of Disney Animated Heroine From Snow White to Mulan” (2006), *Seton Hall University Dissertations and Theses (ETDs)*, Paper 505. Disponible en: <http://scholarship.shu.edu/dissertations>
- Zipes, Jack: “Breaking the Disney Spell” en Bell, Elizabeth, Hass, Lynda, y Sells, Laura, eds.: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*, Indiana University Press, Bloomington, 1995.
- Zurian Hernández, Francisco A.: “Héroes, machos o, simplemente, hombres: Una mirada a la representación audiovisual de las (nuevas) masculinidades”: *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, Número 34, Universidad Autónoma de Madrid, 2011, páginas 32-53.
- \_\_\_\_\_ artículos sin firma de autor
- “*Aladdin*”: *YA*, Madrid, sección Revista, 21 de noviembre de 1993, páginas 276-278.
- “*Los aristogatos*”: *Diez Minutos*, Madrid, sección Agenda – Cine – Estrenos, 17 de junio de 1994, página 88.
- “*Los aristogatos*”: *La Información de Madrid*, Madrid, sección Ocio – Cine al aire libre, 24 de agosto de 1994, página 27.
- “*Los aristogatos*. (Benlliure, Imperial y Arguelles)”: *Informaciones*, 11 de diciembre de 1971.
- “*Los aristogatos*, de Wolfgang Reitherman”: *Arriba*, 7 de diciembre de 1971.
- “*Los aristogatos*, un clásico de Disney”: *YA*, Madrid, 17 de julio de 1988.
- “*Bambi*”: *El Periódico*, 29 de junio de 1979.
- “Bibliographical Sketch of Walt Disney”: archivos de prensa sobre Disney en la Filmoteca Nacional Española.

“*Blancanieves*. La princesa y los enanitos repiten el éxito que tuvieron como primer largometraje de la compañía”: *Magazin El Mundo*, Madrid, 12 de noviembre de 1994, páginas 78-79.

“*Blancanieves y los siete enanitos*”: *El Periódico*, Barcelona, sección Crítica Cine, 3 de enero de 1984.

“*La bruja novata*”: *Informaciones*, 26 de octubre de 1972.

“*La bruja novata*. Una deliciosa película para todos los públicos”: *Pueblo*, 2 de noviembre de 1972.

“*La bruja novata*, de Robert Stevenson”: *El Arriba*, 18 de octubre de 1972.

“Ciclo de películas dedicado a Walt Disney”: *Diario La voz de Almería*, 28 de enero de 1981.

“Cine para niños”: *Tribuna de Actualidad*, Madrid, 6 de marzo de 1995, página 33.

“Con *La dama y el vagabundo*, Disney vuelve como cada verano”: Suplemento semanal, sección Cine, 10 de julio de 1988.

“Contraataque animado: Excalibur, la leyenda del rey Arturo”: *Fotogramas & Vídeo*, junio de 1998, páginas 126-127.

“*La Cenicienta*”: *El País*, Madrid, 1 de noviembre de 1992, página 30.

“Cine”: *Diario 16*, Madrid, 19 de enero de 1986.

“Cocido para niños”: *ABC*, 3 de enero de 1986.

“*La dama y el vagabundo*”: *Diario 16*, 26 de agosto de 1980.

“*La dama y el vagabundo*”: *Diez Minutos*, Madrid, sección Agenda, 10 de julio de 1997, página 55.

“*La dama y el vagabundo*”: *Ideal de Granada*, Granada, sección Cultura – Cine, 30 de junio de 1997, página 64.

“Disney demanda a la Academia de Cine por enseñar las rodillas de Blancanieves”: *Diario 16*, Madrid, 1 de abril de 1989.

“Disney demanda a la Academia de Hollywood”: *YA*, Madrid, 1 de abril de 1989.

“Disney demanda a la Academia por enseñar las rodillas de Blancanieves”: *La Vanguardia*, Barcelona, 1 de abril de 1989.

“El Duce y las historietas cómicas”: *Imparcial Film*, 25 de noviembre de 1938.

“*Dumbo*”, *Tiempo*, 8-14 de abril de 1985.

“La explosión Disney”: *Magazin El Mundo*, Madrid, 12 de noviembre de 1994.

“*Mary Poppins*”: *El Periódico*, Barcelona, 31 de agosto de 1984.

“*Merlín el encantador*, para niños”: *YA*, Madrid, sección Cine, 18 de junio de 1984.

“*Oliver y su pandilla*. Un Disney inspirado en Dickens”: *Fotogramas*, Barcelona, diciembre de 1989.

“Otra obra maestra de Walt Disney. Lope de Vega: *La dama y el vagabundo* (norteamericana)”: YA, 21 de abril de 1957.

“Para ir con sus hijos: *Peter Pan*”: *Diez Minutes*, abril de 1986.

“*La pequeña sirenita*, filme más millonario del cine de animación”: *El Periódico*, Barcelona, sección Estrenos, 3 de enero de 1990.

“*Peter Pan*, el clásico de Disney, se resiste a crecer. Volver al país del nunca jamás”: *El País*, Madrid, sección Cine – Estrenos, 14 de agosto de 1992.

“*Pinocho*”: *Diario 16*, 12 de agosto de 1982.

“*Pinocho*”: *Diario 16*, 24 de diciembre de 1983.

“Pre-estreno benéfico de *Los aristogatos*”: *Heraldo de Aragón*, Zaragoza, sección Espectáculos – Cine, 8 de junio de 1994, página 40.

“Reposiciones de películas infantiles”: *El País*, Madrid, 24 de diciembre de 1983.

“*Los rescatadores*. (Imperial y Cartago)”: *Informaciones*, 8 de diciembre de 1977.

“*Los rescatadores*”: YA, 3 de diciembre de 1977.

“*Los rescatadores en cangurolandia*”: ABC, sección Estrenos, 6 de diciembre de 1991.

“*Robin Hood*”: *La Economía*, Madrid, sección Cine, 5 de junio de 1989.

“*Robin Hood*”: *Estar Viva*, sección Viva Recomendación Cine, 19-25 de junio de 1989.

“*Robin Hood*, de Walt Disney (Benlliure, Imperial)”: *Nuevo Diario*, 20 de diciembre de 1974.

“*Robin Hood* (Imperial y Benlliure)”: fuente desconocida, Madrid, 11 de diciembre de 1974.

“*La sirenita*”: *El Independiente*, Madrid, 8 de diciembre de 1990.

“*La sirenita*, un burbujeante cuento de hadas”: *Observador*, Barcelona, 7 de diciembre de 1990.

“*Tarón y el caldero mágico* (*The Black Cauldron*)”: *Fotogramas*, enero de 1986.

“*Tarón y el caldero mágico*”: *Hola*, 28 de diciembre de 1985.

“*Tarón y el caldero mágico*”: *Tiempo*, Madrid, sección Cine, 13-19 de enero de 1986.

“Un ayuntamiento de Valencia veta las canciones machistas en verbenas pagadas con dinero público durante las fiestas”: *El Diario*, sección Comunidad Valenciana, 11 de agosto de 2017. Disponible en: [http://www.eldiario.es/cv/fiestas-valencianas-destierran-machismo\\_0\\_674732638.html](http://www.eldiario.es/cv/fiestas-valencianas-destierran-machismo_0_674732638.html)

“Volar a un mundo maravilloso”: *Mía*, Madrid, sección Cine. Infantil, 22 de noviembre de 1993, página 31.

“Vuelve a la pequeña pantalla el tierno *Dumbo*. La inolvidable película de dibujos animados de Walt Disney”: *Diario 16*, Madrid, sección Televisión, TVE1, 16h Sesión de tarde, 5 de enero de 1992.

“Vuelven *101 dálmatas*”: YA, Madrid, sección Espectáculos, 12 de marzo de 1995, página 43.



“Walt Disney: Images of Innocence”: *Time Magazine*, 23 de diciembre de 1966, página 47.

Páginas web sin autor:

Forbes Media LLC: “#17 Walt Disney”, *The World’s Biggest Companies, 2016 Ranking*.

Disponible en: <http://www.forbes.com/companies/walt-disney/> [4 de febrero de 2017].

“History of the Internet”. Disponible en: [https://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_the\\_Internet](https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_the_Internet) [27 de marzo de 2017].

The Walt Disney Company: “Fiscal Year 2016 Annual Financial Report”. Disponible en: <https://ditm-twdc-us.storage.googleapis.com/2016-Annual-Report.pdf> [4 de febrero de 2017].

The Walt Disney Company: “The Walt Disney Studios to Hit Industry-First \$7 Billion At Global Box Office Today”. Disponible en: <https://thewaltdisneycompany.com/walt-disney-studios-hit-industry-first-7-billion-global-box-office-today/> [4 de febrero de 2017].

## 9 Anexos

### 9.1 Anexo 1. Índice de cuadros, gráficos y figuras de elaboración propia

#### **Cuadros**

Cuadro 1. Listado de “Clásicos” de Disney (subcapítulo 4.3)

Cuadro 2. Ejemplo de codificación en Excel (subcapítulo 4.10.3.1)

Cuadro 3. Listado de canciones y datos relevantes para la primera época (subcapítulo 5.1.1)

Cuadro 4. Resumen de Evidencias Periodo hasta 1945 (subcapítulo 5.1.2)

Cuadro 5. Listado de canciones y datos relevantes para la segunda época (subcapítulo 5.2.1)

Cuadro 6. Resumen de Evidencias Periodo 1946-1960 (subcapítulo 5.2.2)

Cuadro 7. Listado de canciones y datos relevantes para la tercera época (subcapítulo 5.3.1)

Cuadro 8. Resumen de Evidencias Periodo 1961-1975 (subcapítulo 5.3.2)

Cuadro 9. Listado de canciones y datos relevantes para la cuarta época (subcapítulo 5.4.1)

Cuadro 10. Resumen de Evidencias Periodo 1976-1990 (subcapítulo 5.4.2)

Cuadro 11. Listado de canciones y datos relevantes para la quinta época (subcapítulo 5.5.1)

Cuadro 12. Resumen de Evidencias Periodo 1991-2005 (subcapítulo 5.5.2)

Cuadro 13. Listado de canciones y datos relevantes para la sexta época (subcapítulo 5.6.1)

Cuadro 14. Resumen de Evidencias Periodo 2006-Actualidad (subcapítulo 5.6.2)

#### **Gráficos**

Gráfico 5.1.1. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Femeninos – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.3.1)

Gráfico 5.1.2. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Masculinos – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.3.2)

Gráfico 5.1.3. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Villanos – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.3.3)

Gráfico 5.1.4. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Femeninos – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.3.4)

Gráfico 5.1.5. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Masculinos – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.3.4)

Gráfico 5.1.6. Distribución Escala de Valores Femenino – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.4.1)

Gráfico 5.1.7. Distribución Escala de Valores Masculino – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.4.2)

Gráfico 5.1.8. Distribución Escala de Valores Villanos – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.4.3)

Gráfico 5.1.9. Distribución Estilos de Comunicación Femenino – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.5.1)

Gráfico 5.1.10. Distribución Estilos de Comunicación Masculino – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.5.2)

Gráfico 5.1.11. Distribución Estilos de Comunicación Villanos – Hasta 1945 (subcapítulo 5.1.5.3)

Gráfico 5.2.1. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Femeninos – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.3.1)

Gráfico 5.2.2. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Masculinos – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.3.2)

Gráfico 5.2.3. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Villanos – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.3.3)

Gráfico 5.2.4. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Femeninos – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.3.4)

Gráfico 5.2.5. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Masculinos – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.3.4)

Gráfico 5.2.6. Distribución Escala de Valores Femenino – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.4.1)

Gráfico 5.2.7. Distribución Escala de Valores Masculino – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.4.2)

Gráfico 5.2.8. Distribución Escala de Valores Villanos – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.4.3)

Gráfico 5.2.9. Distribución Estilos Comunicación Femenino – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.5.1)

Gráfico 5.2.10. Distribución Estilos Comunicación Masculino – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.5.2)

Gráfico 5.2.11. Distribución Estilos Comunicación Villanos – 1946-1960 (subcapítulo 5.2.5.3)

Gráfico 5.3.1. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Femeninos – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.3.1)

Gráfico 5.3.2. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Masculinos – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.3.2)

Gráfico 5.3.3. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Villanos – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.3.3)

Gráfico 5.3.4. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Femeninos – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.3.4)

Gráfico 5.3.5. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Masculinos – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.3.4)

Gráfico 5.3.6. Distribución Escala de Valores Femenino – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.4.1)

Gráfico 5.3.7. Distribución Escala de Valores Masculino – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.4.2)

Gráfico 5.3.8. Distribución Escala de Valores Villanos – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.4.3)

Gráfico 5.3.9. Distribución Estilos Comunicación Femenino – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.5.1)

Gráfico 5.3.10. Distribución Estilos Comunicación Masculino – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.5.2)

Gráfico 5.3.11. Distribución Estilos Comunicación Villanos – 1961-1975 (subcapítulo 5.3.5.3)

Gráfico 5.4.1. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Femeninos – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.3.1)

Gráfico 5.4.2. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Masculinos – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.3.2)

Gráfico 5.4.3. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Villanos – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.3.3)

Gráfico 5.4.4. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Femeninos – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.3.4)

Gráfico 5.4.5. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Masculinos – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.3.4)

Gráfico 5.4.6. Distribución Escala de Valores Femenino – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.4.1)

Gráfico 5.4.7. Distribución Escala de Valores Masculino – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.4.2)

Gráfico 5.4.8. Distribución Escala de Valores Villanos – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.4.3)

Gráfico 5.4.9. Distribución Estilos Comunicación Femenino – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.5.1)

Gráfico 5.4.10. Distribución Estilos Comunicación Masculino – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.5.2)

Gráfico 5.4.11. Distribución Estilos Comunicación Villanos – 1976-1990 (subcapítulo 5.4.5.3)

Gráfico 5.5.1. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Femeninos – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.3.1)

Gráfico 5.5.2. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Masculinos – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.3.2)

Gráfico 5.5.3. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Villanos – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.3.3)

Gráfico 5.5.4. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Femeninos – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.3.4)

Gráfico 5.5.5. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Masculinos – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.3.4)

Gráfico 5.5.6. Distribución Escala de Valores Femenino – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.4.1)

Gráfico 5.5.7. Distribución Escala de Valores Masculino – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.4.2)

Gráfico 5.5.8. Distribución Escala de Valores Villanos – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.4.3)

Gráfico 5.5.9. Distribución Estilos Comunicación Femenino – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.5.1)

Gráfico 5.5.10. Distribución Estilos Comunicación Masculino – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.5.2)

Gráfico 5.5.11. Distribución Estilos Comunicación Villanos – 1991-2005 (subcapítulo 5.5.5.3)

Gráfico 5.6.1. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Femeninos – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.3.1)

Gráfico 5.6.2. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Masculinos – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.3.2)

Gráfico 5.6.3. Tipos de Verbo y Persona en Personajes Villanos – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.3.3)

Gráfico 5.6.4. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Femeninos – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.3.4)

Gráfico 5.6.5. Uso del Tiempo y Persona en Personajes Masculinos – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.3.4)

Gráfico 5.6.6. Distribución Escala de Valores Femenino – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.4.1)

Gráfico 5.6.7. Distribución Escala de Valores Masculino – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.4.2)

Gráfico 5.6.8. Distribución Escala de Valores Villanos – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.4.3)

Gráfico 5.6.9. Distribución Estilos Comunicación Femenino – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.5.1)

Gráfico 5.6.10. Distribución Estilos Comunicación Masculino – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.5.2)

Gráfico 5.6.11. Distribución Estilos Comunicación Villanos – 2006-Actual (subcapítulo 5.6.5.3)

Gráfico 6.1. Comparativa de los Tipos de Verbo de todas las épocas en todos los Grupos Analizados – 1ª Persona (subcapítulo 6.2.1)

Gráfico 6.2. Actividad Visual Intraépoca (subcapítulo 6.2.2)

Gráfico 6.3. Comparativa de las Medias de Valores en todas las épocas en todos los Grupos Analizados (subcapítulo 6.2.3)

Gráfico 6.4. Comparativa de las Medias de Estilos de Comunicación en todas las épocas en todos los Grupos Analizados (subcapítulo 6.2.4)

Gráfico 6.5.1. Evolución Temporal y Valor medio por Agrupaciones de Tipo de Verbo en 1ª Persona en Género Femenino (subcapítulo 6.3.1)

Gráfico 6.5.2 Evolución Temporal y Valor medio por Agrupaciones de Tipo de Verbo en 1ª Persona en Género Masculino (subcapítulo 6.3.1)

Gráfico 6.6. Acción Física 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.1)

Gráfico 6.6.1. Acción Corporal 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.1)

Gráfico 6.6.2. Acción Objeto 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.1)

Gráfico 6.6.3. Acción Lugar 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.1)

Gráfico 6.7. Acción Experiencia 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.2)

Gráfico 6.8. Acción Mental 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.3)

Gráfico 6.8.1. Acción Razonamiento 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.3)

Gráfico 6.8.2. Acción Deseo 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.3)

Gráfico 6.9. Descriptivo 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.4)

Gráfico 6.9.1. Copulativo 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.4)

Gráfico 6.9.2. Percepción 1ª Persona x Género x Periodo (subcapítulo 6.3.1.4)

Gráfico 6.10. Evolución Temporal y Valor medio por Agrupaciones de Tipo de Verbo en 1ª Persona en Villanos (subcapítulo 6.3.1.5)

Gráfico 6.10.1. Acción Física 1ª Persona Villanos x Periodo (subcapítulo 6.3.1.5.1)

Gráfico 6.10.1.1. Desglose Acción Física 1ª Persona Villanos x Periodo (subcapítulo 6.3.1.5.1)

Gráfico 6.10.2. Acción Experiencia 1ª Persona Villanos x Periodo (subcapítulo 6.3.1.5.2)

Gráfico 6.10.3. Acción Mental 1ª Persona Villanos x Periodo (subcapítulo 6.3.1.5.3)

Gráfico 6.10.3.1. Desglose Acción Mental 1ª Persona Villanos x Periodo (subcapítulo 6.3.1.5.3)

Gráfico 6.10.4. Descriptivo 1ª Persona Villanos x Periodo (subcapítulo 6.3.1.5.4)

Gráfico 6.10.4.1. Desglose Descriptivo 1ª Persona Villanos x Periodo (subcapítulo 6.3.1.5.4)

Gráfico 6.11.1 Evolución Temporal y Valor medio por Agrupación de Valor en Género Femenino (subcapítulo 6.4.1)

Gráfico 6.11.2. Evolución Temporal y Valor medio por Agrupación de Valor en Género Masculino (subcapítulo 6.4.1)

Gráfico 6.12. Tipo de valor “Conservation” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.1)

Gráfico 6.12.1. Tipo de valor “Seguridad” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.1)

Gráfico 6.12.2. Tipo de valor “Tradición” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.1)

Gráfico 6.12.3. Tipo de valor “Conformidad” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.1)

Gráfico 6.13. Tipo de valor “Self-Transcendence” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.2)

Gráfico 6.13.1. Tipo de valor “Benevolencia” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.2)

Gráfico 6.13.2. Tipo de valor “Universalismo” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.2)

Gráfico 6.14. Tipo de valor “Openness to Change” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.3)

Gráfico 6.14.1. Tipo de valor “Autodirección” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.3)

Gráfico 6.14.2. Tipo de valor “Estimulación” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.3)

Gráfico 6.15. Tipo de valor “Hedonismo” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.4)

Gráfico 6.16. Tipo de valor “Self-Enhancement” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.5)

Gráfico 6.16.1. Tipo de valor “Logro” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.5)

Gráfico 6.16.2. Tipo de valor “Poder” x Género x Época (subcapítulo 6.4.1.5)

Gráfico 6.17. Evolución Temporal y Valor medio por Agrupación de Valor en Villanos (subcapítulo 6.4.1.6)

Gráfico 6.17.1 Tipo de valor “Conservation” en Villanos x Época (subcapítulo 6.4.1.6.1)

Gráfico 6.17.1.1. Desglose tipo de valor “Conservation” en Villanos x Época (subcapítulo 6.4.1.6.1)

Gráfico 6.17.2. Tipo de valor “Self-Transcendence” en Villanos x Época (subcapítulo 6.4.1.6.2)

Gráfico 6.17.2.1. Desglose tipo de valor “Self-Transcendence” en Villanos x Época (subcapítulo 6.4.1.6.2)

Gráfico 6.17.3. Tipo de valor “Openness to Change” en Villanos x Época (subcapítulo 6.4.1.6.3)

Gráfico 6.17.3.1. Desglose tipo de valor “Openness to Change” en Villanos x Época (subcapítulo 6.4.1.6.3)

Gráfico 6.17.4. Tipo de valor “Hedonismo” en Villanos x Época (subcapítulo 6.4.1.6.4)

Gráfico 6.17.5. Tipo de valor “Self-Enhancement” en Villanos x Época (subcapítulo 6.4.1.6.5)

Gráfico 6.17.5.1. Desglose tipo de valor “Self-Enhancement” en Villanos x Época (subcapítulo 6.4.1.6.5)

Gráfico 6.18.1 Estilo de comunicación “Dramático” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)

Gráfico 6.18.2. Estilo de comunicación “Abierto” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)

Gráfico 6.18.3. Estilo de comunicación “Atento” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)

Gráfico 6.18.4. Estilo de comunicación “Dominante” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)

Gráfico 6.18.5. Estilo de comunicación “Animado” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)

Gráfico 6.18.6. Estilo de comunicación “Relajado” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)

Gráfico 6.18.7. Estilo de comunicación “Amistoso” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)



Gráfico 6.18.8. Estilo de comunicación “Impresionador” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)

Gráfico 6.18.9. Estilo de comunicación “Polémico” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)

Gráfico 6.18.10. Estilo de comunicación “Preciso” x Género y Villanos x Época (subcapítulo 6.5)

Gráfico 6.19. Voces por Género (subcapítulo 6.6)

Gráfico 6.20. Canciones por Género (subcapítulo 6.6)

## **Figuras**

Figura 1. Esquema metodológico (subcapítulo 4.2)

Figura 2. Esquema del proceso de codificación y análisis (subcapítulo 4.10)

Figura 3. Captura de pantalla de Atlas.ti (subcapítulo 4.10.1.3)

Figura 4. Ejemplo de ficha de canción (subcapítulo 4.10.3.2)

Figura 5. Patrón de valores y deseos (subcapítulo 6.1)

## **9.2 Anexo 2. Listado de códigos aplicados en Atlas.ti**

**Códigos iniciales de palabras clave para ayudar a identificar las canciones “I want” de entre la muestra total de canciones, más el código inicial para identificar aquellas canciones que – a simple vista – son de tipo descriptivo/consejo**

Canción tipo descriptivo/consejo

Palabra “I want” – acercarse

Palabra “I want” – admirar

Palabra “I want” – adorar, adoro

Palabra “I want” – alcanzar

Palabra “I want” – alegría

Palabra “I want” – amar, amor...

Palabra “I want” – ambición

Palabra “I want” – amistad, amigo...

Palabra “I want” – anhelo, anhelar...

Palabra “I want” – añorar

Palabra “I want” – asegurar

Palabra “I want” – atracción

Palabra “I want” – busca, buscar

Palabra “I want” – camino

Palabra “I want” – cielo, celestial, paraíso...

Palabra “I want” – conseguir

Palabra “I want” – contento

Palabra “I want” – deseo, desear...

Palabra “I want” – destino

Palabra “I want” – dicha, dichoso...

Palabra “I want” – encantar

Palabra “I want” – envidia

Palabra “I want” – esperar, espero

Palabra “I want” – fama

Palabra “I want” – fé

Palabra “I want” – feliz, felicidad...

Palabra “I want” – fortuna

Palabra “I want” – gloria

Palabra “I want” – gozar

Palabra “I want” – gran señor

Palabra “I want” – gustar

Palabra “I want” – hermoso, hermosura...

Palabra “I want” – honor, honra

Palabra “I want” – ideal

Palabra “I want” – ilusión

Palabra “I want” – inspiración

Palabra “I want” – intención, intentar...

Palabra “I want” – intuición

Palabra “I want” – libre, libertad...

Palabra “I want” – llegar

Palabra “I want” – lograr

Palabra “I want” – mejor

Palabra “I want” – misión

Palabra “I want” – morir por...

Palabra “I want” – necesitar, tener que...

Palabra “I want” – nombre

Palabra “I want” – oración

Palabra “I want” – pasión

Palabra “I want” – pedir, implorar

Palabra “I want” – perfecto, perfección

Palabra “I want” – perseguir

Palabra “I want” – placer

Palabra “I want” – placidez, plácido...

Palabra “I want” – poder

Palabra “I want” – premio

Palabra “I want” – presumir

Palabra “I want” – primero, alfa...

Palabra “I want” – quiero, querer...

Palabra “I want” – reinar

Palabra “I want” – riqueza, oro, plata, diamantes...

Palabra “I want” – saber

Palabra “I want” – salud

Palabra “I want” – sin verbo (este código al final no se ha utilizado)

Palabra “I want” – sublime

Palabra “I want” – sueño, soñar...

Palabra “I want” – tesoro

Palabra “I want” – tradición

Palabra “I want” – triunfo

Palabra “I want” – unión, unir...

Palabra “I want” – visión

### **Códigos para identificar el género del personaje cantante**

Personaje(s) femenino(s)

Personaje(s) masculino(s)

Personajes mixtos

Personajes sin género aparente

### **Códigos para identificar el tipo de verbo dentro de la clasificación**

Verbo activo (este código al final no se ha utilizado)

Verbo acción\_corporal

Verbo acción\_deseo

Verbo acción\_experiencia

Verbo acción\_lugar

Verbo acción\_objeto

Verbo acción\_razonamiento

Verbo copulativo (ser, estar, parecer), o existir o haber

Verbo de percepción (oír, sentir, ver, oler, saborear...)

### **Códigos para identificar el tiempo, persona y modo verbal (se considera de modo indicativo, salvo si se indica subjuntivo o imperativo)**

Verbo “I want” – uso de pres. continuo con 3ª persona

Verbo “I want” – uso del condicional con 1ª persona

Verbo “I want” – uso del condicional con 2ª persona

Verbo “I want” – uso del condicional con 3ª persona

Verbo “I want” – uso del futuro con 1ª persona

Verbo “I want” – uso del futuro con 2ª persona

Verbo “I want” – uso del futuro con 3ª persona

Verbo “I want” – uso del gerundio

Verbo “I want” – uso del imperativo

Verbo “I want” – uso del infinitivo

Verbo “I want” – uso del participio

Verbo “I want” – uso del pasado con 1ª persona

Verbo “I want” – uso del pasado con 2ª persona

Verbo “I want” – uso del pasado con 3ª persona

Verbo “I want” – uso del pres. perfecto con 1ª persona

Verbo “I want” – uso del pres. perfecto con 2ª persona

Verbo “I want” – uso del pres. perfecto con 3ª persona

Verbo “I want” – uso del presente con 1ª persona

Verbo “I want” – uso del presente con 2ª persona

Verbo “I want” – uso del presente con 3ª persona

Verbo “I want” – uso del pretérito imperfecto con 1ª persona

Verbo “I want” – uso del pretérito imperfecto con 2ª persona

Verbo “I want” – uso del pretérito imperfecto con 3ª persona

Verbo “I want” – uso del subjuntivo con 1ª persona

Verbo “I want” – uso del subjuntivo con 2ª persona

Verbo “I want” – uso del subjuntivo con 3ª persona

**Códigos para identificar perífrasis verbales (en ocasiones se aplica también la persona, pero esto no se contabiliza demás, sino sólo sirve para reforzar)**

Verbo “I want” – uso de acabar + gerundio

Verbo “I want” – uso de acordarse de + infinitivo

Verbo “I want” – uso de acudir a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de anhelar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de aprender a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de atreverse a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de ayudar a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de comenzar a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de conseguir + infinitivo

Verbo “I want” – uso de continuar + gerundio

Verbo “I want” – uso de costar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de deber + infinitivo con 1ª persona

Verbo “I want” – uso de deber + infinitivo con 2ª persona

Verbo “I want” – uso de deber + infinitivo con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de deber de + infinitivo con 1ª persona

Verbo “I want” – uso de deberse a que + presente con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de dejar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de dejar de + infinitivo

Verbo “I want” – uso de dejar(se) + infinitivo

Verbo “I want” – uso de demostrar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de desear + infinitivo

Verbo “I want” – uso de empezar a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de empezar a + infinitivo con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de encantar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de enseñar a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de enviar a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de esperar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de estar + gerundio

Verbo “I want” – uso de estar + participio

Verbo “I want” – uso de gerundio + infinitivo (al final no se ha descartado este código)

Verbo “I want” – uso de gustar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de haber + gerundio

Verbo “I want” – uso de haber/tener de/que + infinitivo

Verbo “I want” – uso de hacer que + subjuntivo

Verbo “I want” – uso de hacer + infinitivo

Verbo “I want” – uso de hacer falta

Verbo “I want” – uso de intentar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de invitar a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de ir + gerundio

Verbo “I want” – uso de ir a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de ir a + infinitivo con 1ª persona

Verbo “I want” – uso de ir a + infinitivo con 2ª persona

Verbo “I want” – uso de ir a + infinitivo con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de llamarse + infinitivo

Verbo “I want” – uso de llegar a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de llevar a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de lograr + infinitivo

Verbo “I want” – uso de oír + infinitivo

Verbo “I want” – uso de parecer + infinitivo

Verbo “I want” – uso de permitir + infinitivo

Verbo “I want” – uso de poder + infinitivo con 1ª persona

Verbo “I want” – uso de poder + infinitivo con 2ª persona

Verbo “I want” – uso de poder + infinitivo con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de poder + infinitivo con infinitivo

Verbo “I want” – uso de poner(se) a + infinitivo con 1ª persona

Verbo “I want” – uso de poner(se) a + infinitivo con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de preferir + infinitivo

Verbo “I want” – uso de probar a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de procurar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de quedar por + infinitivo

Verbo “I want” – uso de querer + infinitivo con 1ª persona

Verbo “I want” – uso de querer + infinitivo con 2ª persona

Verbo “I want” – uso de querer + infinitivo con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de querer que + subjuntivo

Verbo “I want” – uso de querer que + subjuntivo con 1ª persona

Verbo “I want” – uso de saber + infinitivo

Verbo “I want” – uso de saber que + infinitivo

Verbo “I want” – uso de salir a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de seguir + gerundio

Verbo “I want” – uso de sentir(se) + infinitivo

Verbo “I want” – uso de servir para + infinitivo

Verbo “I want” – uso de soler + infinitivo

Verbo “I want” – uso de soñar + infinitivo

Verbo “I want” – uso de soñar con + infinitivo

Verbo “I want” – uso de subir a + infinitivo

Verbo “I want” – uso de tener + infinitivo

Verbo “I want” – uso de venir + gerundio con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de venir a + infinitivo con 1ª persona

Verbo “I want” – uso de venir a + infinitivo con 2ª persona

Verbo “I want” – uso de venir a + infinitivo con 3ª persona

Verbo “I want” – uso de ver + infinitivo

Verbo “I want” – uso de volver a + infinitivo

## 10 Anexos en formato electrónico – CD adjunto – por tamaño excesivo

Anexo 1. Glosario de verbos analizados

Anexo 2. Listado de todas las canciones y datos relevantes

Anexo 3. Fichas individuales de todas las (sub) canciones